



DIMENSI KOOP

ISSN - 1823 - 1586 / BIL.73 [4/2022] / RM8.50

KERSB Koperasi Pertama Menerima Akreditasi Perusahaan Sosial (SE.A)



MS ISO 9001:2015 REG. No. QMS 01443



01586

ISSN 1823-1586
RM R. 50
BIL73 (4/2022)
www.ikma.edu.my





DARI MEJA

KETUA EDITOR

Mohd Zaib Mat Yunus

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Salam Sejahtera, Salam Koperasi, Salam Malaysia Madani.

Syukur alhamdulillah, kita kini berada di penghujung tahun 2022 dan akan menyambut tahun baharu 2023. Banyak liku dan cabaran yang telah kita harungi terutama dalam kita berusaha untuk bangkit kembali kepada keadaan normal dalam aspek perniagaan koperasi. Perkembangan dan pertumbuhan positif ekonomi telah membuka sedikit ruang dan peluang kepada koperasi untuk bangkit semula daripada fasa endemik dan seterusnya diharap memacu pertumbuhan yang memberangsangkan pada tahun 2023 nanti.

Berdasarkan kepada perkembangan suku ketiga tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Malaysia mencatatkan 14.2 peratus berbanding suku kedua iaitu 8.9 peratus. Bank Negara Malaysia dalam satu kenyataan memaklumkan pertumbuhan ini disokong oleh permintaan eksport barangan elektrik dan elektronik sementara pemulihan sektor pelancongan melibatkan kemasukan pelancong ke dalam negara turut memberi sokongan tambahan kepada perkembangan ekonomi yang positif. Malah dalam satu kenyataan oleh MIDF Research memberi gambaran bahawa ekonomi domestik Malaysia akan didorong oleh perbelanjaan pengguna

yang meningkat secara berterusan, peningkatan selanjutnya dalam aktiviti berkaitan pelancongan dan pemulihan projek infrastruktur. Hal ini secara tidak langsung dapat membantu menggerakkan pertumbuhan ekonomi ke paras yang lebih baik.

Walaupun pelbagai ramalan berhubung situasi ekonomi dunia yang berhadapan dengan penguncupan ekonomi yang mendadak pada tahun 2023, namun masyarakat tidak perlu panik tetapi perlu mempersiapkan diri bagi menghadapi sebarang kemungkinan yang berlaku. Sebagai contoh, melibatkan diri dalam bidang perniagaan khususnya pertanian yang boleh menjana pendapatan seterusnya menangani kos sara hidup yang kian tinggi.

Selain itu juga, dalam merencanakan lagi aktiviti perniagaan, beberapa tumpuan khusus kerajaan untuk meningkatkan lagi keupayaan perniagaan termasuk PMKS dan koperasi melalui pendigitalan dan ruang kepada koperasi untuk terlibat sama dalam sekuriti makanan agar negara tidak bergantung pada bekalan import semata. Pelbagai inisiatif kerajaan telah dimaklumkan dalam pembentangan bajet bagi tahun 2023 yang memberi tumpuan kepada pemulihan ekonomi sebagai persediaan negara menghadapi keadaan ekonomi yang tidak menentu. Dalam konteks ini, koperasi juga tidak ketinggalan dalam memberi sumbangan positif kepada perkembangan pemulihan ekonomi melalui penglibatan dalam sekuriti makanan serta pendigitalan bagi meningkatkan lagi kecekapan dan keupayaan pentadbiran dan perniagaan koperasi.

Dimensi Koop Bil. 73 (4/2022) kali ini memuatkan 10 artikel yang antaranya membincangkan peranan koperasi dalam sekuriti makanan negara selaras dengan penekanan di peringkat Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP) untuk koperasi juga terlibat sama dalam meningkatkan lagi pengeluaran makanan dalam negara.

Keluaran *Dimensi Koop* kali ini juga turut memuatkan keusahawanan digital sebagai strategi peningkatan sosioekonomi koperasi di negeri Sabah. Artikel Akta Persaingan 2010, Faedah kepada Koperasi juga dimuatkan dalam terbitan ini bagi memberi informasi kepada koperasi dalam melihat perundangan ini sebagai satu kelebihan kepada koperasi dalam menjalankan sesuatu aktiviti perniagaan.

Keluaran kali ini juga turut mengupas mengenai isu percukaian koperasi yang memerlukan perancangan oleh pihak koperasi dalam melaksanakan pencukaian koperasi. Bagi menyantuni peranan Jawatankuasa kecil dalam sesebuah koperasi, artikel peranan jawatankuasa kecil dalam memperkukuhkan pengurusan dan perniagaan koperasi turut dimuatkan.

Artikel KERSB yang merupakan koperasi pertama menerima akreditasi perusahaan sosial (SE.A) turut dimuatkan sebagai galakkan kepada koperasi untuk mendaftar dan seterusnya diiktiraf sebagai SE serta pengurusan pangkalan data pelanggan dalam perniagaan spa turut di selit dalam keluaran kali ini. Dua artikel yang tidak kurang penting juga adalah 15 tingkah laku buruk pemimpin dan penyelesaiannya serta proses pemajuan tanah: apa yang anda perlu tahu juga dimuatkan dalam naskhah terakhir pada tahun ini.

Sebagai penutup, saya berharap penerbitan *Dimensi Koop* keluaran kali ini menjadi satu wadah utama gerakan koperasi terutama koperator dalam meningkatkan keupayaan dan kompetensi individu melalui ilmu pengetahuan dalam memantapkan dan memperkukuh lagi pengurusan dan pentadbiran di koperasi masing-masing.

Sekian, selamat membaca.

Mohd Zaib Mat Yunus

SIDANG REDAKSI DIMENSI KOOP



PENAUNG/PENASIHAT
YBhg. Datuk Mohd Ali Mansor
Ketua Pengarah



KETUA EDITOR
Mohd Zaib Mat Yunus



**TIMBALAN KETUA
EDITOR**
Mohd Shahron Anuar Said

SIDANG EDITOR



Azmaliza Arifin



Norhayati Abd.
Rahman



Nor Arma Abu Talib



Faiz Ahmad Yatim



Salwana Ali



Hasrin Abu Hassan



Nor Azlina Kassim



Mohd Nusi Abd
Rahman



Farahaini Mohd Hanif



Noranita Mohd Nor



Arfizawati Abd Hadi



Khairul Akmal Saim



Mohamad Haniff
Mohamad Hashim



Zaharatul Laili Zakaria

08 KERSB KOPERASI PERTAMA MENERIMA AKREDITASI PERUSAHAAN SOSIAL (SE.A)



18 15 TINGKAH LAKU BURUK PEMIMPIN DAN PENYELESAIANNYA



25 AKTA PERSAINGAN 2010, FAEDAH KEPADA KOPERASI



36 KEUSAHAWANAN DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN SOSIOEKONOMI KOPERASI DI NEGERI SABAH



44 PANDUAN DALAM PERANCANGAN CUKAI KOPERASI



52 PERANAN JAWATANKUASA KECIL DALAM MEMPERKUKUH PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN KOPERASI



58 PERANAN KOPERASI DALAM SEKURITI MAKANAN



64 PROSES PEMAJUAN TANAH: APA YANG ANDA PERLU TAHU?



76 PENGURUSAN PANGKALAN DATA PELANGGAN DALAM PERNIAGAAN SPA



88 PULANGAN MANFAAT ANGGOTA ASAS KELANGSUNGAN KOPERASI





Norhayati Abdul Rahman
Bahagian Dasar dan Strategi
norhayati@ikma.edu.my

KERSB

KOPERASI PERTAMA MENERIMA AKREDITASI PERUSAHAAN SOSIAL (SE.A)

Ladang sayur di Kg. Ulu Gumum, Pahang



Penulis menemu bual Pengerusi KERSB, Encik Kon Onn Sein

Temu ramah bersama Pengerusi Koperasi Ekonomi Rakyat Selangor Berhad (KERSB), Tuan Kon Onn Sein

Saya bagi pihak Institut Koperasi Malaysia (IKMa) ingin mengucapkan terima kasih atas kesudian Tuan Kon Onn Sein untuk ditemu ramah. Sebagai permulaan, bolehkah tuan menceritakan latar belakang diri tuan dan Koperasi Ekonomi Rakyat Selangor Berhad (KERSB)?

Pertamanya, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada sidang redaksi Dimensi Koop IKMa kerana sudi menemu ramah saya. Sebelum ini saya merupakan seorang peguam dan rakan kongsi di sebuah firma guaman. Pada tahun 2000 saya meninggalkan firma guaman tersebut untuk menyalurkan seluruh masa dan tenaga saya pada komuniti orang asli. Pada permulaan, saya membantu membekalkan air bersih dan memberikan pertolongan kepada komuniti tersebut. Namun, saya menyedari keperluan dalam memperkasakan komuniti orang asli untuk memberi keadilan dan kelestarian (sustainable) yang berterusan kepada mereka. Selepas mengendalikan syarikat persendirian, saya membuat keputusan untuk bertukar ke koperasi kerana dalam sistem koperasi, keputusan dibuat bersama anggota koperasi dan semua anggota mempunyai tanggungjawab (accountability) dalam pengurusan dan operasi. Maka, pada 26 Mac 2013, Koperasi Ekonomi Rakyat Selangor Berhad (KERSB) didaftarkan.



Kumpulan petani di Kg. Ulu Gumum, Pahang

Tahniah kepada KERSB kerana berjaya diakreditasi sebagai sebuah entiti Keusahawan Sosial yang merupakan koperasi pertama mendapat pengiktirafan tersebut. SE merupakan aktiviti perniagaan yang agak baharu bagi sektor koperasi di Malaysia. Bolehkah tuan terangkan apakah yang dimaksudkan dengan Keusahawan Sosial (SE) dan aktiviti SE yang dilaksanakan oleh KERSB?

Menurut Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP) yang telah membangunkan Rangka Tindakan Keusahawan Sosial Malaysia 2030 (SEMy2030), Keusahawan Sosial atau Perusahaan Sosial (SE) ditakrifkan sebagai entiti perniagaan yang berdaftar di bawah undang-undang bertulis di Malaysia. Ia mesti didorong oleh matlamat dan mempunyai model perniagaan yang berdaya maju dari segi kewangan bagi menangani cabaran sosial dan/ atau alam sekitar. Perniagaan ini perlu bertujuan untuk menghasilkan impak yang positif kepada penerima manfaat dan ekonomi. SE berbeza daripada perusahaan biasa seperti yayasan atau pertubuhan bukan kerajaan yang lain. Terdapat tiga kriteria utama untuk melayakkan koperasi mendapatkan Akreditasi Perusahaan Sosial (SE.A) iaitu;

- Mewujudkan impak sosial atau alam sekitar yang positif secara proaktif
- Menyumbangkan sumber yang signifikan kepada matlamat sosial atau alam sekitar
- Mempunyai kewangan yang mampan

Aktiviti SE yang dilaksanakan oleh KERSB ialah menawarkan peluang ekonomi kepada orang asli iaitu memasarkan hasil tanaman organik mereka melalui penyediaan latihan, kemudahan infrastruktur, benih tanaman, akses pasaran dan pembangunan kapasiti. Contohnya, kami membantu memasarkan produk-produk mereka agar dapat menembusi pasaran luar yang lebih meluas. Selain aspek pemasaran, KERSB juga menawarkan sokongan teknikal, perdagangan dan bekerjasama dengan komuniti orang asli untuk

membekalkan hasil pertanian berkualiti tinggi yang ditanam secara organik. Ini merupakan objektif jangka panjang KERSB untuk memberi harapan dan memartabatkan komuniti orang asli sejajar dengan keutamaan kepada kehidupan lestari yang lebih sihat untuk masyarakat umum bagi membekalkan tanaman organik yang segar hasil dari ladang.

Bolehkah tuan berkongsi tentang kecenderungan KERSB menceburi aktiviti perniagaan SE? Adakah aktiviti ini memberi pulangan yang lumayan atau baik kepada koperasi?

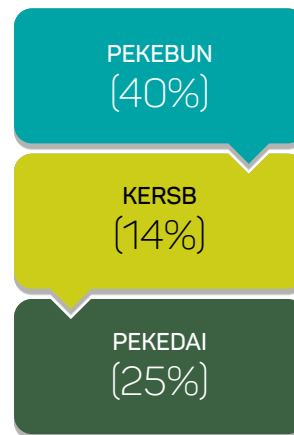
Kecenderungan menceburi aktiviti perniagaan SE bermula selepas saya mengadakan lawatan ke sebuah kampung orang asli di sekitar Tasik Chini, Pahang pada 1993. Tujuan penubuhan koperasi ini adalah bagi menawarkan peluang ekonomi kepada komuniti orang asli yang terpinggir. Kami mahu membantu komuniti orang asli kerana kebanyakan kanak-kanaknya mengalami masalah nutrisi, berperut buncit dan kurang hidrasi sehingga kulit mereka menjadi bersisik.

Sumber air minuman mereka adalah daripada air telaga dan perigi yang terbuka. Ini menyebabkan mereka mudah dijangkiti bakteria dan kuman dari air tersebut. Separuh daripada rumah-rumah mereka juga tidak berdinging disebabkan kekurangan papan dan kayu. Komuniti orang asli ini juga menghadapi kesukaran memenuhi keperluan asas mereka seperti tempat tinggal, pakaian yang elok dan bersih, dan mereka sukar meraih pendapatan harian.

KERSB membantu mereka dengan menambahbaik ekonomi komuniti ini melalui projek pertanian organik secara komersial, projek pembekalan air bersih, pembelian motosikal, jentera berat berteknologi tinggi, memperluaskan kebun, pemasangan alat penyiraman,

penyediaan baja kompos dan memperbaiki struktur rumah supaya lebih selesa untuk didiami.

Daripada segi pulangan, aktiviti perniagaan SE memang kelihatan seperti tidak memberi pulangan yang baik atau lumayan kepada koperasi, kerana komuniti orang asli menerima peratus yang besar daripada rantaian pemasaran. Untuk makluman puan, amalan model rantaian bekalan tanaman organik KERSB melalui tiga peringkat sahaja seperti di bawah;



Rajah 1: Model Rantaian Bekalan KERSB

Sebenarnya, aktiviti SE KERSB tidak memberi pulangan yang begitu lumayan kepada koperasi tetapi kami mengambil pendekatan pulangan yang diperolehi adalah dalam pelbagai bentuk. Sebagai contoh para pelanggan yang memilih untuk membeli hasil pertanian kami turut menyokong dan membantu komuniti orang asli.

Usaha ini lebih mementingkan pulangan bukan kewangan kerana kami dapat membantu memulihkan komuniti orang asli sebagai penaung, pelindung dan pejuang alam sekitar yang baik (berjuang untuk 'Planet', 'People' dan 'Profit'- model kemakmuran bersama KERSB).



Petani mengikuti latihan perladangan di Kg. Melai, Pahang



Petani menyiapkan batas kebun untuk menanam sayur-sayuran

Pada pandangan tuan, apakah faktor-faktor yang membolehkan KERSB berjaya mendapat akreditasi SE dan apakah faedah yang diperolehi oleh koperasi sekiranya mendapat akreditasi SE?

Pada pandangan saya, kejayaan ini adalah hasil komitmen semua pihak seperti;

- Komitmen dan dedikasi semua Anggota Lembaga Koperasi (ALK) KERSB
- Staf dan sukarelawan yang mengutamakan misi sosial koperasi (pembangunan komuniti orang asli)
- Kedai-kedai yang sedia memberi peluang dan ruang untuk pemasaran hasil pertanian orang asli
- Kerjasama komuniti orang asli

Koperasi yang diakreditasi melalui SE. Akan menerima faedah seperti disenaraikan dalam direktori awam yang membolehkan bakal pelanggan mendapat akses maklumat mengenai sesuatu perusahaan sosial. Mereka juga akan dimasukkan ke dalam kempen Buy-for-Impact bagi menggalakkan sektor swasta dan awam mendapatkan produk atau perkhidmatan daripada perusahaan sosial.

Akreditasi ini juga membolehkan koperasi mendapat akses kepada pembiayaan dan sokongan tambahan daripada pihak kementerian dan agensi; menyertai jaringan perusahaan sosial ternama di Malaysia (akses kepada pelbagai program, peluang, kerjasama, rangkaian, pertukaran ilmu, pengalaman dan lain-lain lagi) dan pengecualian insentif cukai di bawah subseksyen 44 (11C) Akta Cukai Pendapatan.

Kejayaan sesebuah organisasi banyak bergantung kepada budaya kerja positif yang diamalkan di organisasi itu. Apakah budaya kerja yang diamalkan oleh KERSB?

Kami mengamalkan sikap rendah diri, dan memberikan kerjasama yang baik di antara ALK, pihak pengurusan dan komuniti orang asli. Pengurus besar akan memberi keutamaan dalam menyelesaikan apa-apa perselisihan faham atau konflik terutama dalam perhubungan dan komunikasi dengan komuniti orang asli. Mendapatkan persetujuan dan persefahaman antara staf dan komuniti orang asli bagi mendapatkan bekalan tanaman bukan perkara yang mudah. Ketika

inilah, pengurus besar akan masuk campur dan menyelesaikan sebarang konflik atau salah faham antara mereka.

Sebenarnya pihak KERSB menjalankan situasi menang-menang (win-win situation) kepada komuniti orang asli iaitu dengan memasarkan hasil tanaman mereka yang akan memberi pendapatan tambahan kepada orang asli juga kepada koperasi. Melalui penjualan hasil tanaman tersebut, kehidupan mereka lebih selesa dengan kemudahan infrastruktur yang disediakan kepada komuniti di kampung tersebut. KERSB pula dapat memasarkan tanaman organik yang lebih baik kepada masyarakat dan memulihara alam sekitar.

Semua jenis perniagaan kini menghadapi cabaran kesan pandemik COVID-19. Pada pendapat tuan, apakah cabaran utama yang terpaksa dihadapi oleh KERSB dalam melaksanakan aktiviti perniagaan koperasi dan bagaimana cabaran ini diatasi?

Semasa pandemik COVID-19, Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) merentasi negeri menyukarkan pihak KERSB untuk masuk ke dalam kampung orang asli bagi mendapatkan bekalan tanaman untuk dibawa keluar dan dipasarkan. Pada hakikatnya, untuk bekerjasama dengan komuniti orang asli adalah sukar kerana mereka tidak mempercayai pihak luar. KERSB telah mendapat kepercayaan daripada seorang wakil pekebun (orang kepercayaan komuniti orang asli suku Jakun di Kampung Ulu Gumum, Pekan Pahang). KERSB menangani cabaran ini dengan memperkasakan AJK Kebun yang dilantik, mengaturkan pemasangan antena dan alat-alat komunikasi lain untuk mempertingkatkan keupayaan Internet di dalam kampung. Sehubungan dengan itu juga, pihak KERSB dapat menyediakan latihan, perbincangan dan perjumpaan melalui aplikasi Zoom dengan orang kampung kerana akses perhubungan yang lebih mudah dan cepat.

Prestasi koperasi sering kali dikaitkan dengan faktor kewangan seperti pertambahan anggota, peningkatan dalam jumlah nilai syer dan dividen serta jumlah nilai aset yang dimiliki oleh koperasi.

Bolehkah tuan terangkan pencapaian koperasi ini daripada sudut prestasi kewangan?

Jika diukur melalui prestasi kewangan, KERSB mempunyai peningkatan jumlah nilai aset dari RM53,659.20 (2020) dan RM322,671.30 (2021) disebabkan pembelian mesin Kubota untuk penggunaan di kebun. Jualan KERSB juga meningkat dari RM220,308.83 (2019) kepada RM299,949.27 (2020) dan menurun kepada RM290,720.22 (2021) kerana beberapa faktor seperti pandemik COVID-19, di mana koperasi terpaksa menanggung kos operasi termasuklah pemberian subsidi kepada usahawan tani orang asli.

Apakah strategi koperasi untuk meningkatkan lagi prestasi kewangan koperasi?

Koperasi akan meningkatkan pengeluaran melalui penambahbaikan cara berkebun. Memandangkan



Petani menyemai anak pokok sayur



Aktiviti SE yang dilaksanakan oleh KERSB ialah menawarkan peluang ekonomi kepada orang asli iaitu memasarkan hasil tanaman organik mereka melalui penyediaan latihan, kemudahan infrastruktur, benih tanaman, akses pasaran dan pembangunan kapasiti.

tanaman organik kini mendapat sambutan yang menggalakkan, pihak KERSB akan mempelbagaikan produk pengeluaran dengan mengambil kira situasi menang-menang kepada anggota, koperasi, masyarakat luar dan alam sekitar. Ini akan membesarkan lagi potensi demografi pasaran dan secara tidak langsung meningkatkan perolehan pendapatan. Selain itu juga, koperasi turut memberikan bimbingan berkaitan amalan pengurusan perniagaan kepada petani dan ini menunjukkan perkembangan positif apabila petani mampu membuat pembayaran seperti baja, plastik dan sebagainya tanpa bergantung kepada koperasi.

Bagaimana pula dengan prestasi bukan kewangan? Apakah pencapaian yang telah diperolehi oleh koperasi daripada segi faktor bukan kewangan?

Beberapa prestasi bukan kewangan yang dicapai oleh KERSB ialah seperti pertambahan bilangan anggota meningkat daripada 24 ahli (2018) kepada 33 ahli (2021). Koperasi juga melaksanakan mekanisme pemberian harga adil (Model Fair Trade) kepada petani. Secara tidak langsung, tahap kerjasama

dalam komuniti orang asli dapat ditingkatkan di mana KERSB membuka lebih banyak peluang kepada mereka meningkatkan taraf hidup serta dapat keluar daripada paras kemiskinan yang dihadapi dalam meneruskan kehidupan yang lebih lestari. KERSB juga dapat mengembangkan model Orang Asli Organik (OA Organik) di kampung komuniti orang asli yang lain yang berhampiran seperti Kg. Ulu Gumum 2, Kg. Cendahan, Kg. Tanjung Puput dan Kg. Melai.

Pada pendapat tuan, bagaimanakah gerakan koperasi di negara kita dapat memberikan sumbangan yang bermakna kepada pembangunan negara daripada segi modal insan, sosial dan ekonomi?

Setiap koperasi mempunyai visi dan misi berbeza, namun secara umum kesemuanya mempunyai tujuan yang sama, iaitu memberikan kebaikan kepada anggotanya di samping menjana ekonomi. Secara khusus, KERSB mempunyai matlamat untuk mengembangkan model Orang Asli (OA Organik) seperti yang dilaksanakan, lebih ramai orang asli dan komuniti miskin dapat dibawa keluar daripada berada di bawah paras kemiskinan, menyumbang kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNGK) negara, menjaga alam sekitar dan menjadi inspirasi kepada masyarakat orang asli serta masyarakat lain dalam membangunkan komuniti mereka.

KERSB melaksanakan perkara yang dinyatakan di atas seiring dengan gerak kerja kriteria SE yang mendukung matlamat pembangunan lestari SDGs dan selari dengan konsep SE koperasi iaitu mempunyai misi sosial, nilai sosial, model perniagaan dan penerima manfaat. Oleh itu, KERSB dapat mengurangkan pembaziran modal insan, dan kebergantungan bantuan kewangan dengan pihak berkuasa serta dapat menunaikan tanggungjawab sosial kepada masyarakat juga negara.



Petani menyemai anak pokok sayur



Petani menyembur racun yang tidak mengandungi bahan kimia (bio-pesticide ~ completely chemical-free)

Bolehkah tuan berkongsi apakah perancangan/ hala tuju KERSB dalam tempoh 5 - 10 tahun akan datang?

Pada masa ini, KERSB mempunyai 33 orang anggota (2022) yang terdiri daripada individu yang berminat dalam membantu komuniti orang asli. Anggota KERSB terdiri daripada sukarelawan yang menetap di Selangor dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur yang bersama-sama membantu dan menyumbangkan tenaga, masa, kewangan, dan lain-lain bagi melestarikan kehidupan orang asli. Untuk makluman puan, keanggotaan koperasi ini telah ditutup dan isu keanggotaan KERSB telah mendapat pengecualian daripada pihak SKM. Dalam memperkasakan projek OA Organik, KERSB telah menetapkan perancangan jangka masa panjang seperti merancang latihan untuk 100 orang pekebun orang asli (sehingga kini bilangan petani sedia ada hanya 56 orang), meluaskan pasaran ke outlet/ kedai/ pasar raya baharu, penyediaan infrastruktur yang lebih baik dalam aspek perkebunan, penggunaan teknologi IR4.0 dan meningkatkan kompetensi komuniti orang

asli secara berterusan. Secara tidak langsung ia akan membantu dalam meningkatkan pengeluaran hasil pertanian dan memajukan komuniti mereka.

Sebelum kita ke soalan terakhir, KERSB merupakan koperasi pertama di Malaysia yang mendapat akreditasi SE. Jika terdapat koperasi yang berminat untuk menceburi aktiviti SE ini, apakah pandangan dan nasihat tuan kepada koperasi tersebut?

Pihak KERSB amat menggalakkan koperasi lain untuk menceburi SE kerana konsep SE sangat sinonim dengan konsep berkoperasi. Mungkin pada pandangan sesetengah pihak, SE adalah sesuatu yang agak baharu di Malaysia, tetapi keusahawanan sosial dalam koperasi telah wujud sejak daripada awal kewujudan koperasi di dunia.

Secara prinsipnya, koperasi merupakan sebuah organisasi yang memainkan peranan sebagai keusahawanan sosial melalui penglibatan langsung



Petani di Kg. Melai memetik bayam hijau bulat untuk dijual

dalam aktiviti perniagaan. Keusahawanan Sosial daripada perspektif koperasi dan bukan koperasi telah menjadi salah satu strategi utama dalam Dasar Keusahawanan Nasional (DKN2030), di bawah Teras Strategik 3. Strategi ini penting kepada gerakan koperasi kerana ia berupaya membantu koperasi menikmati pelbagai sokongan supaya dapat mengembangkan perniagaan dan kekal relevan dalam landskap perniagaan melalui akreditasi sebagai SE.



Pihak KERSB amat menggalakkan koperasi lain untuk menceburi SE kerana konsep SE sangat sinonim dengan konsep berkoperasi.



Petani di Kg. Melai memetik sayur bayam Brazil untuk dijual

Namun, bilangan koperasi yang diiktiraf sebagai SE masih kecil. Setakat April 2022, bilangan koperasi yang didaftarkan sebagai SE Asas hanyalah sebanyak 10 buah koperasi. Justeru, saya sangat menyokong usaha KUSKOP memberi tanggungjawab kepada Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) dan IKMa bagi mengambil inisiatif mempromosikan keusahawanan sosial melalui penganjuran program khusus SE kepada gerakan koperasi. Ini supaya bilangan koperasi yang didaftarkan sebagai SE Asas terus meningkat dari semasa ke semasa. Secara tidak langsung, imej koperasi dapat ditingkatkan melalui pengiktirafan koperasi sebagai SE.

Akhir sekali, sebelum kita mengakhiri sesi temu ramah ini, bolehkah tuan nyatakan harapan tuan dalam memajukan gerakan koperasi di negara ini terutama dalam aktiviti perniagaan SE.

Saya berharap gerakan koperasi di Malaysia memberi keutamaan kepada konsep berkoperasi yang sebenarnya iaitu membantu anggota terlebih dahulu.

Contohnya KERSB, mengutamakan komuniti orang asli khususnya mereka yang ketinggalan dalam komuniti tersebut. Ia bukan sahaja dapat membantu mereka yang ketinggalan malah juga membawa keuntungan kepada anggota dan koperasi. KERSB mengamalkan konsep ini dan menjadi antara koperasi terawal di Malaysia yang mendapat akreditasi SE.

Selaras pelancaran SEMy2030 pada 22 April 2022, KERSB menyokong penuh inisiatif KUSKOP bagi meningkatkan kesedaran, jangkauan dan pembudayaan konsep SE yang berdaya maju dan memberi impak positif kepada peningkatan kehidupan masyarakat. SEMy2030 merupakan hala tuju nasional yang baharu bagi pembangunan SE di Malaysia dengan matlamat untuk mengurus perdana perusahaan sosial sebagai penyumbang efektif kepada pembangunan sosioekonomi negara yang inklusif, seimbang dan mampan.

Sehubungan itu, koperasi selaras dengan nilai dan prinsip yang menjadi pegangannya merupakan antara entiti yang paling efektif dalam menjayakan matlamat ini. Oleh itu, entiti koperasi diharap dapat membantu menyelesaikan

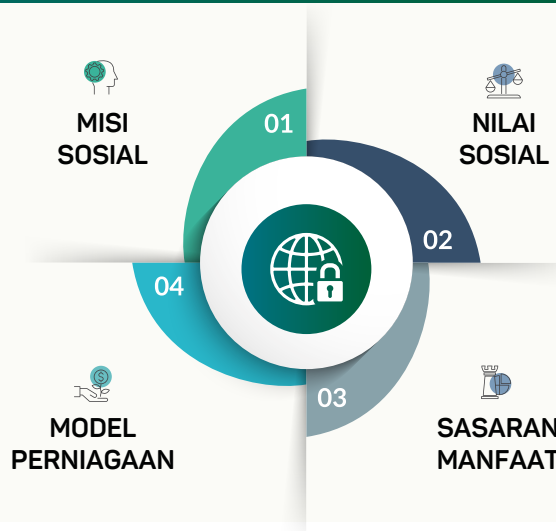


Penulis menyerahkan cenderahati daripada IKMa kepada Pengerusi KERSB

permasalahan sosial dengan pelbagai kaedah, salah satunya melalui konsep pelaksanaan SE. Seterusnya, dapat membantu dalam menangani permasalahan sosial dalam kalangan masyarakat dan komuniti setempat dengan mewujudkan peluang pekerjaan dan sekali gus dapat menangani isu kemiskinan.

PERUSAHAAN SOSIAL KOPERASI

MISI SOSIAL	NILAI SOSIAL
Kesejahteraan anggota dan komuniti	Keseimbangan aspek sosial dan ekonomi
MODEL PERNIAGAAN	SASARAN MANFAAT
Kemampuan kewangan koperasi	Anggota dan komuniti





Jaibit Jaudin

Institut Koperasi Malaysia Zon Sabah
jaibit@ikma.edu.my

15

TINGKAH

LAKU BURUK

**PEMIMPIN DAN
PENYELESAIANNYA**

Pengenalan

Pemimpin sesebuah organisasi seperti koperasi diharapkan dapat menunjukkan contoh positif kepada Anggota Lembaga Koperasi (ALK), pengurusan dan anggota untuk mengekalkan semangat yang tinggi dan memastikan agar mereka dapat menghayati teras koperasi seperti digariskan dalam nilai, prinsip serta jati diri koperasi. Walau bagaimanapun, apa yang diharapkan tidak berlaku disebabkan kelemahan dalam diri seseorang pemimpin itu sendiri.

Kadangkala, pemimpin mempunyai tabiat buruk atau tingkah laku kurang sesuai yang membuatkan mereka menunjukkan contoh yang tidak baik kepada pasukan mereka. Walaupun kesan negatif yang timbul sering kali tidak disedari, namun adalah penting bagi mereka untuk menangani masalah itu dan agar perjalanan koperasi lebih lancar dan harmoni. Berikut adalah 15 tingkah laku buruk pemimpin yang dikenal pasti:

1. Merasa Hebat dan Bangga dengan Kepakaran Mereka

Tingkah laku buruk yang biasa dilakukan oleh pemimpin ialah merasakan diri mereka hebat dan bangga dengan kepakaran yang mereka miliki. Hal ini adalah perangkap yang mudah menjerat pemimpin memandangkan mereka telah mengembangkan kepakaran pada sepanjang kerjaya mereka dan sememangnya wajar bagi mereka untuk menawarkan penyelesaian. Namun keadaan ini akan menyebabkan perkembangan kerjaya kepimpinan individu dalam kumpulan terhalang disebabkan sikap pemimpin yang terlalu ingin menonjolkan kepakaran sendiri. Adalah lebih baik untuk menggunakan gaya kepimpinan yang menggunakan pendekatan bimbingan atau

coaching untuk membina keupayaan individu dalam pasukan. Pendekatan bimbingan ini akan membolehkan pemimpin menumpukan perhatian untuk melakukan tugas lain yang lebih penting dan sesuai dengan kapasitinya sebagai ketua.

2. Berbilang Tugas (Multitasking) Semasa Mesyuarat

Walaupun bukan secara keseluruhan, sering kali berlaku apabila pemimpin cuba melakukan berbilang tugas semasa mesyuarat. Walaupun ahli pasukan mungkin memahami bahawa pemimpin mempunyai kekangan masa dan keutamaan tugas, tingkah laku pemimpin melakukan *multitasking* ini boleh melemahkan motivasi ahli pasukan. Oleh yang demikian, untuk mengubah tingkah laku ini, maklumkan kepada pemimpin bahawa anda menyedari peningkatan komitmen pelbagai tugas yang mereka hadapi. Cadangkan supaya pemimpin tersebut menilai semula komitmen yang dia ada untuk memastikan sama ada mesyuarat masih diperlukan dan/atau boleh dipinda perlaksanaannya.

3. Mengganggu Perbincangan

Tingkah laku pemimpin yang boleh memberi kesan negatif kepada pasukan ialah kecenderungan mengganggu, 'melompat masuk' dan menutup perbincangan terlalu cepat. Hal ini sebenarnya menunjukkan tingkah laku pemimpin yang tidak mendengar dengan berkesan. Pemimpin harus mengambil masa bertenang, mendengar dan memberi ruang kepada pasukan berbincang sebelum melompat masuk dan pemimpin seharusnya menjadi orang terakhir untuk menyatakan pendapat. Jika perbincangan ditutup tanpa melibatkan semua orang, pemimpin

berdepan risiko tidak mendapat akses kepada idea yang hebat daripada ahli pasukan.

4. Menyelesaikan Masalah dan Tidak Memberi Kuasa

Tingkah laku buruk pemimpin yang biasa adalah sentiasa menyelesaikan masalah untuk pasukan berbanding memberi mereka kuasa untuk menghasilkan cadangan penyelesaian untuk dikemukakan kepada pemimpin. Ia boleh menjadi tindakan semula jadi bagi pemimpin kerana mereka sudah biasa menyelesaikan masalah dan tambahan pula sesetengah ahli pasukan mungkin suka diarahkan. Pendekatan yang membantu ahli pasukan atau pekerja meningkatkan kemahiran menyelesaikan masalah adalah berpura-pura membayangkan bahawa bos mereka tiada dan menjawab soalan, "Apakah yang akan saya lakukan jika tiada orang lain boleh memberitahu saya cara penyelesaian yang diperlukan?"

5. Bersikap Berat Sebelah Tanpa Sedar

Pemimpin mungkin tidak sedar mereka bersikap berat sebelah dan tidak menyedari bahawa



Walaupun kesan negatif yang timbul sering kali tidak disedari, namun adalah penting bagi mereka untuk menangani masalah itu dan agar perjalanan koperasi lebih lancar dan harmoni.

keputusan mereka adalah berpandukan sikap tersebut. Sebagai contoh, pemimpin menggambarkan calon wanita dalam pusingan terakhir temu duga sebagai "pemalu" dan lantas menunjukkan keutamaan kepada calon lelaki walaupun kedua-dua calon mempunyai pengalaman dan latar belakang yang sama. Langkah awal menyelesaikan tingkah laku ini adalah dengan meningkatkan perhatian kepada apa yang berlaku dan memberikan contoh bagaimana berat sebelah boleh membawa kepada diskriminasi.

6. Mengetepikan Idea Orang Lain

Tabiat buruk atau tingkah laku pemimpin yang tidak boleh diterima, perlu diperbetulkan secara bijaksana dalam persekitaran yang selamat. Bagi seorang pemimpin, contoh tingkah laku sedemikian ialah tidak sabar dan cenderung mengetepikan pandangan dan idea orang lain. Tingkah laku buruk ini akan menimbulkan rasa tidak selamat dan keengganan individu dalam pasukan untuk bersuara dengan memberikan pendapat dan idea. Bahagian atau Jawatankuasa Sumber Manusia boleh menjadi pihak neutral untuk membincangkan isu ini, atau mengaplikasikan alat pengurusan seperti Penilaian 360 Darjah yang menyediakan saluran untuk maklum balas yang jujur dalam kalangan ahli pasukan.

7. Mengurus Mikro (*Micro Manage*)

Pemimpin yang cenderung kepada mengurus mikro boleh menurunkan semangat, menyebabkan masalah mengekalkan pekerja yang produktif dan mewujudkan tekanan dalam tenaga kerja. Keadaan ini menunjukkan sikap kurang percaya pemimpin kepada keupayaan ahli pasukan. Untuk

membetulkan tingkah laku ini, seorang pemimpin boleh mempertimbangkan untuk membuat jadual tindakan dan sasaran yang lebih fleksibel untuk dijadikan penanda aras, membimbing dan melatih ahli pasukan untuk mengambil alih tanggungjawab di peringkat pasukan, dan belajar mewakili tugas untuk menggalakkan peluang pembangunan ahli pasukan atau kerjaya pekerja.

8. **Gagal Mengguna Pakai Penyelesaian yang Dicadangkan**

Katakan seseorang pemimpin itu mahir dalam mendapatkan input daripada orang lain tentang pelbagai idea, tetapi kemudian mereka tidak pernah benar-benar menerima pakai penyelesaian yang dikemukakan oleh ahli pasukan. Pada akhirnya keadaan tersebut menyebabkan rasa tidak minat dan kehilangan hubungan dengan ahli pasukan. Dengan memberikan pandangan yang membina, pemimpin boleh bekerjasama dengan kumpulan dalam meningkatkan kemahiran mendengar, mengulangi input pasukan kembali kepada mereka, dan memberi kredit kepada pasukan apabila perlu.

9. **“Cakap Tak Serupa Bikin”**

Keseimbangan masa bekerja-kehidupan adalah amat ditekankan pada masa kini. Jadi, apabila seorang pemimpin mengatakan bahawa mereka percaya pada keseimbangan kerja-kehidupan, namun masih menghantar e-mel atau mesej WhatsApp/Telegram pada pukul 9 malam, ini menggambarkan bahawa pemimpin sebenarnya tidak mempercayai apa yang diperkatakannya. Pemimpin mungkin tidak mengharapkan balasan segera, tetapi hanya dengan menghantar mesej tersebut bermakna orang yang menerimanya perlu memikirkannya walaupun di luar masa



bekerja. Perkara ini perlu diberi perhatian serius dan urusan kerja perlu dilakukan pada waktu bekerja sahaja.

10. Bergosip dan Tabiat Lain yang Memusnahkan Akhlak

Banyak tabiat pemimpin yang tidak diingini boleh menjejaskan pasukan. Kesilapan utama adalah bergosip, lewat sampai, pemaarah, bertolak ansur dengan prestasi buruk dan mengamalkan pilih kasih (*favouritism*). Seorang pemimpin yang baik tidak seharusnya mengambil bahagian dalam gosip pejabat kerana ini akan merosakkan semangat, kepercayaan dan produktiviti pasukan. Seorang pemimpin harus terbuka kepada maklum balas ahli pasukan tetapi elakkan daripada mengulas tentang hal peribadi ahli pasukan untuk membina kepercayaan.

11. Mengamalkan Sikap dan Amalan Negatif

Sikap dan amalan negatif ialah 'virus' yang merebak dengan cepat dalam pengurusan koperasi. Apabila diamalkan oleh pemimpin, ia boleh merosakkan semangat berpasukan dan budaya kerja sihat dan cemerlang. Andaian salah yang selalu berlaku ialah "kalau pemimpin yang buat, semua mesti betul" dan andaian ini harus diperbetulkan. Menangani tingkah laku negatif dengan cepat dan betul serta mengukuhkan tingkah laku positif yang sesuai boleh membantu mengelakkan kesan buruk dan mampu membawa kepada kejayaan koperasi.

12. Gagal Mewakillkan Kuasa

Sukar atau tidak mewakillkan kuasa dan tanggungjawab merupakan tabiat buruk pemimpin yang biasa berlaku. Pemimpin yang gemar dan selesa melakukan semua kerja sendirian dan gagal


mewakillkan kuasa kepada orang lain berdepan risiko mewujudkan tenaga kerja yang tidak merasa diberi kuasa untuk melakukan kerja. Hal ini boleh diperbaiki dengan mentakrifkan hasil yang diingini dengan jelas selepas mewakillkan kuasa, menyemak perkembangan kerja secara berkala dan memberikan sokongan dan maklum balas apabila diperlukan.

13. Mendahului Orang Lain

Pemimpin yang terlalu dominan dan sentiasa ingin bersuara terlebih dahulu, mendahului orang lain atau menolak idea orang lain dengan cepat boleh menyebabkan kehilangan kuasa kepelbagaian idea, motivasi dan keselamatan psikologi. Tiga kuasa tidak kelihatan tersebut boleh menguatkan atau melemahkan sesebuah pasukan jika tidak 'digerakkan'. Sikap pemimpin yang terlalu dominan akan menyebabkan orang lain segan, malu dan terhalang untuk menyuarkan idea dan pendapat mereka yang mungkin lebih hebat sebenarnya. Pemimpin yang baik perlu menyedari bahawa keputusan secara kolektif berkembang dan lebih hebat apabila lebih banyak idea dan pandangan yang dapat dikumpulkan daripada ahli kumpulan.

14. Cenderung Mencari Kesalahan

Sikap suka mencari kesalahan orang lain adalah tabiat kepimpinan yang buruk. Apabila berlaku sesuatu yang tidak betul, pemimpin akan terus bertanya, "Mengapa?" atau "Siapa?" dan soalan sedemikian sebenarnya secara tidak langsung membentuk budaya menyalahkan dan memalukan individu atau orang lain. Pemimpin perlu belajar untuk bersikap "ingin tahu, bukan marah" dan menerima keadaan dengan cepat dengan mengatakan "Perkara telah berlaku" sebagai



contoh, dan kemudian terus bertanya, “Apa yang boleh kita lakukan sekarang?” dan “Apakah yang boleh kita lakukan dengan lebih baik pada masa akan datang?”. Amalan sikap sebegini akan mengembangkan lagi budaya kecemerlangan dalam koperasi.

15. Menghantar E-mel atau Mesej Rasmi di Luar Waktu Bekerja

Menghantar atau membalas e-mel pada waktu tengah malam atau hujung minggu adalah tingkah laku buruk pemimpin yang biasa ditemui. Keadaan ini mewujudkan persepsi yang tidak adil terhadap orang lain (yang tidak menjawab e-mel, mesej di luar waktu bekerja) dan boleh membawa kepada budaya kerja yang tidak sihat. Pemimpin boleh membetulkan amalan ini dengan bertanya satu soalan mudah, “Adakah segala-galanya akan ‘hancur’ jika saya tidak menghantar e-mel ini atau membalas di luar waktu kerja?” Jika jawapannya ‘ya’, hantarkan e-mel dan mesej itu. Jika tidak, tunggu saat masuk kerja yang berikutnya!

Penutup

Untuk memperbaiki kelemahan yang dibincangkan di atas pemimpin harus sedar bahawa banyak kajian yang cenderung melihat kepimpinan sebagai penyumbang utama atau penyebab langsung kepada pencapaian dan keberkesanan organisasi. Dalam koperasi kepimpinan berkesan memberi impak yang positif terhadap kejayaan koperasi. Bertolak dari kepercayaan sedemikian, pemimpin dalam gerakan koperasi perlu mengakui isu kepimpinan merupakan agenda penting yang perlu diperkasakan. Kepimpinan berkesan juga sering dikaitkan dengan sifat, nilai dan tingkah laku yang beretika. Sikap dan tingkah laku pemimpin memberi impak kepada perlakuan ahli pasukan dan seterusnya ini akan mempengaruhi prestasi koperasi. Kepimpinan tanpa nilai boleh mengakibatkan kehancuran dan kemusnahan. Pemimpin yang berkesan perlu mampu memperbaiki 15 tingkah laku buruk yang dibincangkan di atas di samping memenuhi keperluan etika rasmi yang tidak dibincangkan dalam penulisan ini.



AKTA PERSAINGAN 2010, FAEDAH KEPADA KOPERASI



R. Zarinatun Mohd Abdul Kader
Pusat Antarabangsa dan Kolaborasi
zarinatun@ikma.edu.my

Pengenalan

Persaingan yang sengit tidak semestinya sihat. Ada ketika persaingan yang sengit akan menyebabkan segelintir peniaga menggunakan jalan pintas dan taktik kotor. Oleh itu, untuk membentuk persaingan yang sihat dalam perniagaan perlu ada satu mekanisme bagi mengawal selia dan memantau keadaan ini. Justeru, Akta Persaingan 2010 telah digubal bagi tujuan tersebut.

Apa itu Akta Persaingan 2010? Adakah wujudnya akta sebegitu? Apakah kepentingan dan implikasi akta ini kepada peniaga? Persoalan ini mungkin bermain di minda para peniaga termasuklah gerakan koperasi. Ini terbukti dalam kajian yang dibuat oleh Suruhanjaya Persaingan Malaysia (MyCC) pada tahun 2016 yang mendapati majoriti perusahaan kecil dan sederhana (PKS) di negeri Selangor (88.90%) tahu tentang kewujudan Akta Persaingan 2010. Tetapi malangnya hanya sekadar tahu akan kewujudan akta tersebut.

Apa itu Akta Persaingan 2010?

Akta Persaingan 2010 (Competition Act 2010) telah digubal oleh Parlimen Malaysia pada tahun 2010 dan dikuatkuasakan pada tahun 2012. Akta Persaingan 2010 ini merupakan sebahagian daripada transformasi dan reformasi ekonomi yang dilaksanakan oleh kerajaan untuk menghasilkan ekonomi yang berdaya saing serta mencapai taraf negara maju. Sejalan dengan itu, MyCC diwujudkan di bawah Akta Suruhanjaya Persaingan 2010 bagi memantau isu persaingan di Malaysia. Badan ini bertanggungjawab untuk menguatkuasakan peruntukan yang terkandung dalam Akta Persaingan 2010.



Akta persaingan ini dapat membentuk persaingan yang sihat dalam perniagaan koperasi. Koperasi akan dapat beroperasi dengan lebih efisien dan berinovasi serta berpotensi untuk menjana lebih keuntungan seterusnya memberikan pulangan dalam bentuk insentif dan dividen kepada anggota.

Objektif Akta Persaingan 2010 adalah untuk menggalakkan pembangunan ekonomi, melindungi proses persaingan dan melindungi kepentingan pengguna. Ianya dapat dicapai melalui proses persaingan untuk menggalakkan kecekapan, inovasi dan keusahawanan, yang menggalakkan harga yang berdaya saing, pembaikan dalam kualiti produk dan perkhidmatan serta pilihan yang lebih luas bagi pengguna. Akta ini melarang aktiviti antipersaingan yang boleh mengakibatkan kegagalan faedah yang boleh dicapai melalui proses persaingan yang sihat.

Persaingan yang sihat secara amnya melihat kepada aktiviti sesebuah perusahaan yang bersaing dengan perusahaan yang lain untuk memenangi hati pengguna dengan menawarkan perkhidmatan atau produk yang berkualiti pada harga yang berpatutan dan berdaya saing. Persaingan yang sihat, bebas daripada aktiviti penetapan harga barangan misalnya mengehendkan

pengeluaran barangan atau perkhidmatan bagi mencapai satu harga palsu yang tidak menepati situasi sebenar pasaran. Persaingan yang sihat dapat menjamin pengguna memperoleh harga yang kompetitif dan agar sumber-sumber ekonomi dapat diuruskan dengan optimum.

Perjanjian Antipersaingan

Peruntukan seksyen 4 Akta Persaingan 2010 melarang perjanjian antipersaingan. Perjanjian yang dimaksudkan tersebut boleh dibuat dalam bentuk perjanjian tidak rasmi dan lisan. Sebagai contoh, perjanjian melalui bahasa tubuh (berjabat tangan, anggukan kepala atau kenyanitaan mata) dan melalui alat komunikasi (telefon) atau perjumpaan persendirian atau sosial.

Selain itu terdapat juga “perjanjian” persatuan perdagangan atau persatuan profesion (contohnya doktor, peguam, akauntan dan sebagainya) sering membuat peraturan serta mengeluarkan panduan dan saranan yang mengikat ahli-ahli mereka. Aktiviti persatuan ini turut tertakluk di bawah peruntukan terhadap perjanjian antipersaingan. Dengan lain perkataan koperasi juga tidak terlepas dan perlu berhati-hati dalam membuat perjanjian dengan pihak ketiga, agar terhindar daripada melakukan perjanjian antipersaingan.

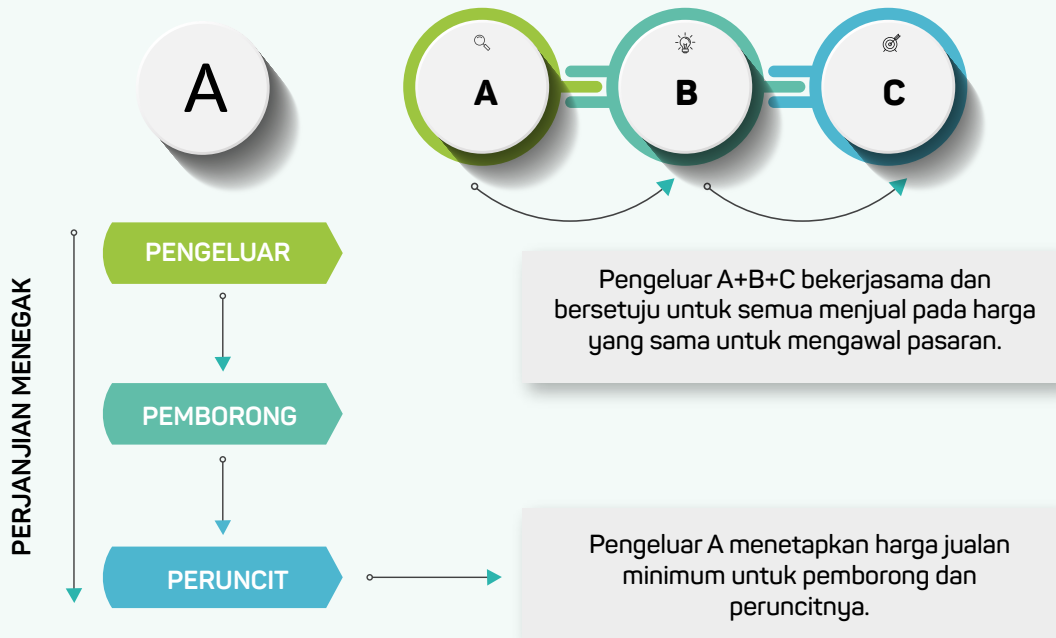
Jenis-Jenis Antipersaingan dalam Perniagaan

1. Perjanjian mendatar atau menegak

“Sesuatu perjanjian mendatar atau menegak antara perusahaan adalah dilarang setakat yang perjanjian itu mempunyai matlamat atau kesan

menghalang, menyekat atau mengganggu persaingan secara signifikan dalam apa-apa pasaran bagi barangan atau perkhidmatan.” Peruntukan seksyen 4 Akta Persaingan 2010 juga menerangkan terdapat dua jenis perjanjian

yang dilarang iaitu pertama perjanjian mendatar dan kedua ialah perjanjian menegak. Penerangan berkaitan perjanjian mendatar dan menegak seperti di dalam rajah 1 di bawah.



Rajah 1: Contoh Perjanjian Mendatar

Perjanjian mendatar merupakan perjanjian yang dibuat oleh perusahaan yang berada pada tahap yang sama dalam rantai pengeluaran. Pengeluar A + B + C bekerjasama dan bersetuju untuk semua menjual pada harga yang sama untuk mengawal pasaran. Pengeluar A menetapkan harga jualan minimum untuk pemborong dan peruncitnya.

Perjanjian mendatar dibuat antara perusahaan yang bertujuan untuk menetapkan harga,

pembahagian pasaran, menghadkan keluaran, menyekat dan menghadkan proses persaingan. Perjanjian antara perusahaan yang bersaing di pasaran untuk menetapkan harga sesuatu produk atau perkhidmatan dengan tujuan untuk menghadkan persaingan harga di pasaran. Sebagai contoh persatuan alat ganti kereta berpakat untuk menetapkan harga radiator untuk kesemua ahli mereka. Penetapan harga tersebut menyekat syarikat daripada bersaing untuk menurunkan atau menaikkan harga

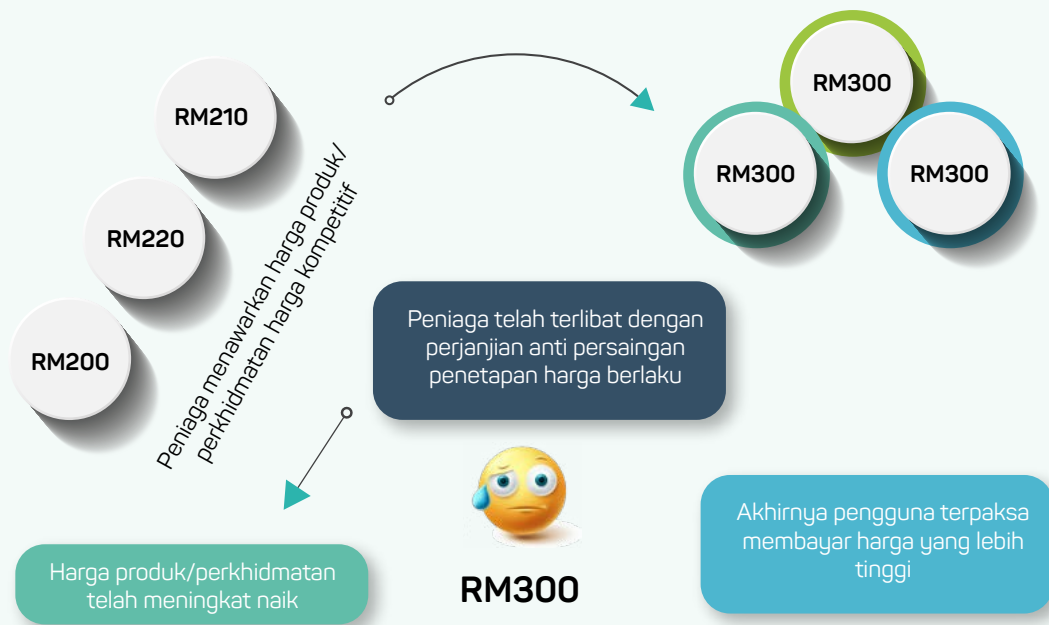
berdasarkan keadaan permintaan dan penawaran di pasaran. Harga produk atau perkhidmatan tidak dapat diturunkan berdasarkan kecekapan dan inovasi masing-masing. Penetapan harga juga tidak menggalakkan perusahaan bersaing menggunakan teknologi terkini dan berinovasi bagi menghasilkan produk atau perkhidmatan yang bermutu tinggi dengan harga yang rendah.

2. Penetapan Harga

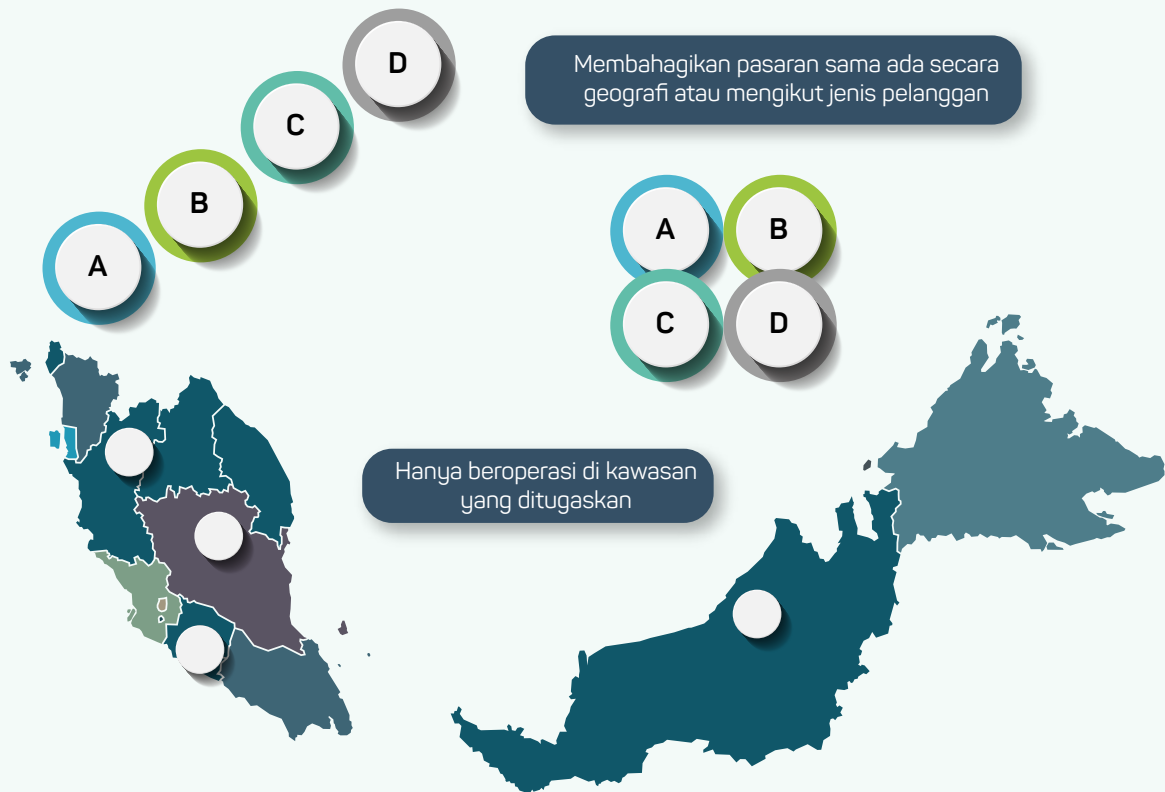
Penetapan harga menyekat perusahaan daripada bersaing menurunkan atau menaikkan harga berdasarkan keadaan permintaan

dan penawaran di pasaran. Harga produk atau perkhidmatan tidak dapat diturunkan berdasarkan kecekapan dan inovasi masing-masing. Penetapan harga juga tidak menggalakkan perusahaan bersaing menggunakan teknologi terkini dan berinovasi bagi menghasilkan produk atau perkhidmatan yang bermutu tinggi dengan harga yang rendah.

Penerangan bagi rajah 2 adalah seperti berikut pada mulanya beberapa perniagaan menawarkan perkhidmatan produk yang sama pada pelbagai harga yang kompetitif. Kemudian peniaga berpakat



Rajah 2. Contoh beberapa perniagaan menawarkan perkhidmatan produk yang sama pada pelbagai harga yang kompetitif



Rajah 3: Contoh pembahagian pasaran bertujuan menyekat syarikat daripada bersaing di kawasan tertentu

untuk terlibat dalam perjanjian antipersaingan untuk menetapkan harga jualan. Kesannya, pengguna terpaksa menikmati harga produk atau perkhidmatan yang tinggi daripada yang sepatutnya.

3. Pembahagian Pasaran

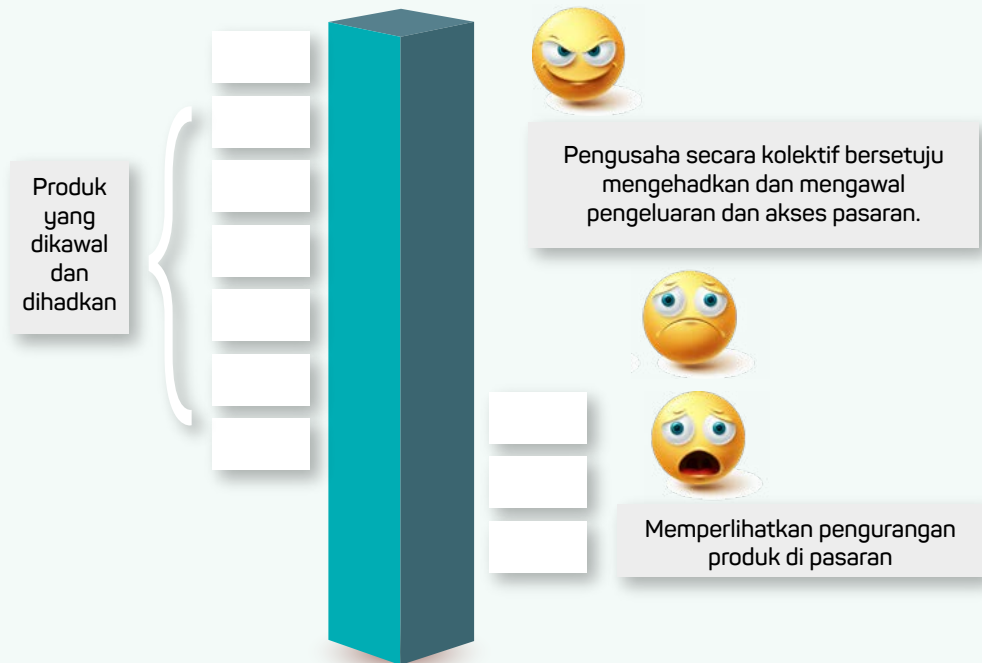
Pembahagian pasaran pula jelas bertujuan menyekat perusahaan daripada bersaing di kawasan tertentu. Keadaan ini menghalang pengguna daripada membuat pilihan sendiri serta terpaksa akur dengan harga yang ditetapkan walaupun tinggi kerana tidak mempunyai pilihan

lain. Pengusaha dikesan melakukan kesalahan jika membahagikan pasaran sama ada secara geografi atau mengikut jenis pelanggan dan hanya beroperasi di kawasan yang ditugaskan. Penerangan seperti dalam rajah 3, keadaan ini berlaku bagi memastikan tiada persaingan untuk produk atau perkhidmatan mereka di kawasan tertentu. Apabila ini berlaku, pelanggan dihalang daripada membeli-belah untuk mendapatkan tawaran terbaik, malah tidak diberi pilihan selain membeli daripada perusahaan itu yang telah ditetapkan untuk kawasan atau jenis pelanggan mereka.

4. Mengendalikan Keluaran

Mengawal atau mengendalikan pengeluaran juga merupakan satu kesalahan yang di bawah Akta Persaingan 2010. Perusahaan secara kolektif bersetuju mengendalikan atau mengawal cawangan pasaran pengeluaran atau akses

pasaran, pembangunan atau pelaburan teknikal atau teknologi. Apabila outlet pasaran pengeluaran mempunyai capaian pasaran terhad atau terkawal, bekalan akan berkurangan dan harga akan naik kerana bekalan tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan. Penerangan seperti di dalam rajah 4.



Rajah 4: Contoh aktiviti mengawal atau mengendalikan pengeluaran

5. Tipuan Bida

Begitu juga sekiranya peniaga terlibat dengan tipuan bida sebagai contoh apabila dua atau tiga syarikat berpakat untuk memasuki projek tender binaan. Perusahaan telah membuat perjanjian lebih awal bagi jumlah harga yang akan ditetapkan bagi memastikan seorang daripada mereka mendapat bida tersebut. Perjanjian jenis ini akan meningkatkan harga di setiap rangkaian bekalan menyekat inovasi, mencegah perusahaan kecil untuk meneroka pasaran

dan dengan ini mengurangkan persaingan. Justeru itu, peningkatan harga berlaku kerana pengurangan pilihan produk dan perkhidmatan kepada pengguna.

6. Penyalahgunaan Kedudukan Dominan

Dalam peruntukan seksyen 10, Akta Persaingan 2010 juga melarang penyalahgunaan kedudukan dominan. Apakah yang dimaksudkan dengan penyalahgunaan kedudukan dominan? Sebuah perusahaan boleh melalui proses persaingan

dan menjadi peneraju industri dalam pasaran terbesar atau pun monopoli. Namun begitu, Akta Persaingan 2010 tidak menghukum perusahaan kerana penguasaannya, tetapi hanya melarang perusahaan secara bebas atau bersama-sama dengan perusahaan lain daripada terlibat dalam sebarang perbuatan yang melibatkan penyalahgunaan penguasaan. Penyalahgunaan kedudukan dominan biasanya berlaku dalam industri yang sama antara perusahaan dominan dan pembekal atau peruncit pengedarnya. Akta persaingan 2010 menetapkan contoh jenis perbuatan yang mungkin merupakan penyalahgunaan penguasaan dan terlarang di bawah Akta ini.

Berikut merupakan kesalahan - kesalahan penyalahgunaan penguasaan iaitu:

i. Diskriminasi harga

Pada dasarnya perbezaan harga mungkin perlu, contohnya kerana kedudukan pasaran yang terpencil mengakibatkan kos pengangkutan yang lebih tinggi atau disebabkan pembelian pukal oleh pembeli yang mengenakan kos bekalan yang lebih rendah. Walau bagaimanapun, ia menjadi perbuatan penyalahgunaan penguasaan apabila diskriminasi harga bukan disebabkan ekonomi tetapi ia merupakan satu perbuatan yang tidak adil.

ii. Tingkah laku pemangsa

Tingkah laku pemangsa terhadap pesaing termasuk menggunakan harga di bawah kos untuk menghapuskan persaingan. Dalam penetapan harga pemangsa, perusahaan

menjual di bawah kos untuk menghapuskan pesaing daripada pasaran dan kemudian meningkatkan harga untuk memperoleh keuntungan yang besar. Pengguna mungkin menikmati harga rendah untuk masa yang singkat tetapi akhirnya perlu membayar harga yang lebih tinggi apabila pesaing lain meninggalkan pasaran.

iii. Enggan membekalkan

Enggan membekal bermaksud perusahaan dominan mengambil kesempatan daripada kedudukannya dan enggan membekalkan kepada perusahaan atau kumpulan atau kategori perusahaan tertentu. Ini dilakukan untuk merosakkan perniagaan mereka.

iv. Jualan terikat

Jualan terikat adalah di mana pembekal satu produk (produk mengikat) di mana tiada pembekal lain untuk produk pengikat. Oleh itu pelanggan tidak mempunyai pilihan selain membeli kedua-dua produk.

v. Membeli barang atau sumber yang terhad

Membeli barangan atau sumber yang terhad yang diperlukan oleh pesaing tetapi tidak diperlukan untuk kegunaan sendiri. Semua amalan yang disebut di atas adalah sengaja disasarkan untuk memaksa pesaing keluar daripada pasaran supaya perusahaan dominan boleh terus mengawal pasaran dengan beberapa orang peniaga dan pembekal. Dengan cara ini, perusahaan dominan akan bebas untuk menetapkan harga dan terma dan syarat pengedaran dan penjualan.

Kes Sebenar Kesalahan di Bawah Akta Persaingan 2010

Terdapat beberapa aplikasi Akta Persaingan 2010 dalam sektor komersial di Malaysia dengan kesalahan antipersaingan yang dikesan oleh MyCC terhadap syarikat-syarikat di Malaysia melalui kes-kes yang telah dibicarakan dan mengenakan cadangan keputusan dari MyCC seperti berikut:

1. **Kes Cameron Highlands Floriculturist Association (CHFA)** - contoh kes penetapan harga.

Pada tahun 2012, kes pertama yang diputuskan oleh MyCC mengenai pelanggaran Akta Persaingan 2010 di bawah seksyen 4(2) berkenaan penetapan harga. Dalam kes ini, ahli CHFA bersetuju meningkatkan harga bunga sebanyak 10 peratus bagi bunga yang dijual di Malaysia dan di luar negara, kecuali Jepun. MyCC mencadangkan keputusan kepada CHFA dan tiada penalti kewangan yang dikenakan. Walau bagaimanapun, MyCC memerlukan CHFA untuk melaksanakan perkara seperti berikut:

- memberhentikan dan berhenti daripada perbuatan penetapan harga bunga;
- memberikan surat aku janji bahawa ahlinya mesti mengelakkan diri daripada amalan antipersaingan dalam pasaran; dan
- untuk menerbitkan tindakan pemulihan yang diambil oleh mereka dalam akhbar arus perdana (<http://mycc.gov.my>)

2. **Kes Malaysian Airline System Berhad (MAS), AirAsia Bhd dan AirAsia X Sdn Bhd** - contoh kes perjanjian pembahagian.

Pada bulan April, 2014, MyCC memberi keputusannya mengenai penalti yang

dikenakan kepada Malaysian Airline System (MAS), AirAsia Sdn Bhd dan Air Asia X Sdn Bhd kerana bersalah melanggar seksyen 4(2)(b) Akta Persaingan 2010. Kesemua syarikat penerbangan sebenarnya telah menandatangani perjanjian untuk berkongsi pasaran dan syarikat penerbangan berkenaan dengan jelas melanggar seksyen 4(2)(b) Akta Persaingan 2010 untuk perjanjian antipersaingan. MAS dan AirAsia Bhd masing-masing telah didenda sebanyak RM10 juta (<http://mycc.gov.my>).

3. **Kes Megasteel Sdn Bhd** - contoh kes dominan. Megasteel Sdn Bhd telah didenda oleh MyCC akibat perbuatan menyalahgunakan kedudukan dominan di bawah seksyen 10(1) Akta Persaingan 2010 mendapati bahawa amalan Megasteel mengenakan harga untuk gegelung gelek panas (HRC) yang tidak seimbang dengan harga jualan gegelung tergelek sejuk (CRC) yang mengecilkan margin sekali gus memberikan kesan antipersaingan dalam pasaran. Tindakan ini telah melanggar seksyen 10(1) Akta Persaingan 2010. (<http://mycc.gov.my>).

MyCC mengambil kira faktor iaitu sifat produk, struktur pasaran, bahagian pasaran perusahaan, halangan kemasukan dan kesan mengecil margin yang dilakukan oleh Megasteel kepada pesaing mereka serta serius dalam pelanggaran dalam menentukan asas jumlah penalti kewangan. Suruhanjaya Persaingan Malaysia menetapkan agar penalti sebanyak RM4.5 juta dikenakan kepada Megasteel Sdn Bhd bagi pelanggaran seksyen 10 Akta Persaingan 2010 (<http://thesundaily.my/news/872619>).


4. Lapan Perusahaan Syarikat terlibat dalam Aktiviti Tipuan Bida

MyCC telah mengeluarkan keputusan cadangan terhadap lapan syarikat kerana terlibat dalam aktiviti tipuan bida melalui beberapa tender dengan nilai keseluruhan sebanyak RM1.92 juta yang ditawarkan oleh Akademi Seni Budaya dan Warisan Kebangsaan (ASWARA). Tipuan bida adalah salah satu pelanggaran di bawah seksyen 4 Akta Persaingan 2010. ASWARA merupakan institusi pengajian tinggi awam dalam bidang seni persembahan di Malaysia. MyCC telah memulakan siasatan ke atas lapan syarikat yang didapati bersepakat untuk berkongsi maklumat tender antara satu sama lain, memanipulasi harga dalam tender dan menyediakan dokumen untuk satu sama lain. Pemenang tender juga telah berkongsi keuntungan dengan pembida yang kalah. Tipuan bida adalah salah satu bentuk pelanggaran yang serius di bawah Akta Persaingan 2010 yang berlaku apabila dua atau lebih pembida dalam sesuatu tender, bersepakat untuk mengganggu proses persaingan yang adil dan saksama. (<http://mycc.gov.my>)

Berdasarkan kepada kes-kes kesalahan seperti penerangan di atas telah memberi panduan berkaitan

jenis-jenis kesalahan yang perlu dihindarkan serta prosedur yang perlu dipatuhi di bawah Akta Persaingan 2010. Umpamanya bagi kesalahan sepakatan penetapan harga merupakan satu kesalahan perbuatan yang dianggap sebagai antipersaingan di bawah seksyen 4 Akta Persaingan 2010. Di Malaysia, sekiranya koperasi yang menjalankan aktiviti yang sama contoh aktiviti pengangkutan, pertanian, kredit dan sebagainya, maka akan menjadi kesalahan sekiranya koperasi yang menjalankan aktiviti ini berpakat menetapkan harga atau berpakat tipuan bida iaitu bersepakat untuk berkongsi maklumat tender antara satu sama lain, memanipulasi harga dalam tender dan menyediakan dokumen untuk satu sama lain adalah perbuatan yang boleh dikategorikan kesalahan di bawah Akta Persaingan 2010. MyCC tidak akan berkompromi di dalam menangani dan mengambil tindakan tegas terhadap pelaku, penetapan harga, tipuan bida, perbuatan menyalahgunakan kedudukan dominan dan sebagainya untuk memastikan proses perolehan sentiasa telus di Malaysia. Justeru itu, apabila koperasi boleh mengelak daripada dikenakan tindakan perundangan, koperasi akan dapat beroperasi secara lebih cekap dan efisien. Hal ini akan menguntungkan koperasi dan seterusnya akan memberi manfaat kepada anggota koperasi itu sendiri.



A close-up photograph of a hand holding a white chess piece, specifically a king, positioned above a black chess piece, also a king, on a chessboard. The white piece is being lifted, suggesting a move or a strategic decision. The background is a blurred chessboard with alternating light and dark squares.

Melalui kes ini juga kita dapat lihat bahawa pada awal penubuhan MyCC telah mengambil pendekatan berperingkat dalam menguatkuasakan peruntukan Akta Persaingan 2010. Ini dapat dilihat dalam kes CHFA yang MyCC tidak mengenakan penalti kewangan kerana Akta Persaingan 2010 ini masih agak baru diperkenalkan. Namun selepas tahun 2014, tindakan MyCC untuk mengambil keputusan mengenakan penalti kewangan terhadap kes melibatkan MAS dan AirAsia Bhd menunjukkan bahawa MyCC memandang serius amalan antipersaingan yang merupakan kesalahan dalam Akta Persaingan 2010.

Kepentingan Akta Persaingan 2010 Terhadap Koperasi

“Sebuah persatuan manusia yang berautonomi, bergabung secara sukarela untuk memenuhi keperluan dan aspirasi bersama di dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya melalui pertubuhan yang dimiliki bersama dan dikawal secara demokratik”. Pernyataan di atas merupakan satu pengertian koperasi dan memberi gambaran kepada kita bahawa

pengenalan penubuhan koperasi pada awalnya bertujuan untuk mewujudkan keadilan sosial dan ekonomi dengan menghapuskan eksploitasi dan penindasan terhadap anggota masyarakat. Oleh itu, dengan membentuk kelompok anggota yang bekerjasama maka setiap individu dalam kelompok tersebut mendapat faedah selain menyelesaikan masalah secara bersama, memastikan keperluan bersama serta dapat menangani isu kemiskinan dan ketidaksamarataan bersama. Konsep yang diterapkan dalam koperasi memberi persamaan dengan kewujudan Akta Persaingan 2010 ini menggalakkan pembangunan ekonomi dengan menggalakkan dan melindungi proses persaingan

dan dengan demikian itu melindungi kepentingan pengguna. Secara tidak langsung, Akta Persaingan 2010 juga mampu memberi perlindungan dan kebaikan kepada pengguna dalam menyediakan kepelbagaian barangan atau perkhidmatan pada harga yang lebih kompetitif. Apabila ada persaingan yang sihat akan berlaku persaingan terhadap harga. Oleh itu, pengguna mempunyai pilihan sama ada ingin memilih harga yang murah atau sebaliknya. Malahan, akta ini juga mempunyai kelebihan kepada usahawan industri mikro, kecil dan sederhana.

Sebagai sebuah organisasi yang ditubuhkan oleh anggota untuk anggota, mengamalkan nilai murni untuk berdikari serta berpegang kepada nilai-nilai koperasi iaitu kesamarataan peluang dan keadilan merujuk kepada anggota juga boleh menyumbang secara saksama. Sehubungan itu, anggota bertanggungjawab untuk menyumbang modal melalui saham dan yuran. Seterusnya, berusaha menambahkan modal dari semasa ke semasa apabila diperlukan oleh koperasi. Justeru, anggota merupakan penyumbang terbesar kepada apa-apa modal yang diperlukan untuk menjalankan perniagaan dalam koperasi. Maka perniagaan yang ada persaingan yang efisien dan berjalan dengan operasi secara efisien perlu mengetahui. Antara lain, koperasi perlu melihat kelebihan dalam aktiviti perniagaan yang diceburi lebih kompetitif, menjana peluang, kemampuan perniagaan, persaingan sihat serta kesamarataan dalam perniagaan. Koperasi juga perlu bebas keluar masuk pasaran dan memastikan perniagaan dijalankan berada di landasan yang betul, keadilan dan memperoleh kebebasan dalam perniagaan yang dijalankan.

Akta persaingan ini dapat membentuk persaingan yang sihat dalam perniagaan koperasi. Koperasi akan dapat beroperasi dengan lebih efisien dan berinovasi

serta berpotensi untuk menjana lebih keuntungan seterusnya memberikan pulangan dalam bentuk insentif dan dividen kepada anggota.

Penutup

Pengetahuan berkaitan Akta Persaingan 2010 dalam gerakan koperasi adalah penting. Maxim undang-undang dalam bahasa Latin menyatakan, "*Ignorantia legis neminem excusat*" iaitu dalam bahasa Inggeris bermaksud "ignorance of the law is no excuses". Ini bermakna "kejahilan seseorang di dalam undang-undang bukan satu alasan untuk tidak mematuhi". Oleh itu, koperasi perlu mengambil tahu tentang peruntukan undang-undang, jenis kesalahan dan hukuman penalti yang dikenakan di bawah Akta Persaingan 2010. Walau bagaimanapun, sehingga kini tiada kes yang melibatkan sektor koperasi dilaporkan oleh pihak MyCC.

Tindakan proaktif sama ada melalui pembacaan, mendapat khidmat nasihat peguam atau merujuk kepada MyCC bagi mendalami peruntukan di bawah Akta Persaingan 2010 adalah penting. Jangan ibarat "sudah terhantuk baru tengadah". Koperasi boleh tersilap langkah dan terjebak dalam kes persepakatan atau penetapan harga. Justeru, koperasi disarankan untuk lebih cakna kepada Akta Persaingan 2010 agar dapat mengelak daripada dikenakan tindakan perundangan. Hal ini disebabkan koperasi turut terikat dengan peruntukan perundangan akta ini. Kesedaran awal terhadap Akta Persaingan 2010 membolehkan koperasi menjalankan aktiviti dengan lebih yakin, efisien serta cemerlang. Akhirnya, adalah menjadi harapan semua untuk melihat koperasi beroleh keuntungan kerana berada di landasan yang betul dan berpaksikan pematuhan undang-undang di Malaysia.

KEUSAHAWANAN DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN SOSIOEKONOMI KOPERASI DI NEGERI SABAH



Shamsiah Syamsudin
Institut Koperasi Malaysia Zon Sabah
shams@ikma.edu.my

Pengenalan

Keusahawanan digital telah menjadi topik perbualan popular mutakhir ini terutama dalam kalangan usahawan semenjak setahun lalu apabila pandemik COVID-19 telah memberi cabaran getir kepada usahawan untuk meneruskan kelangsungan perniagaan. Pandemik COVID-19 telah memberi kesedaran akan kepentingan menyegerakan usaha pendigitalan ekonomi agar usahawan terutama dalam gerakan koperasi kalis krisis ekonomi pada masa hadapan. Keusahawanan digital didefinisikan sebagai mencipta perniagaan baharu ataupun mentransformasikan perniagaan sedia ada dengan membangunkan teknologi digital atau mengadaptasi teknologi digital sedia ada (European Commission, 2015). Transformasi digital ini akan membawa perubahan kepada amalan perniagaan seperti strategi perniagaan, struktur dan operasi (Bharadwaj et al. 2013).

Keusahawanan digital merupakan salah satu agenda penting yang perlu diterapkan oleh koperasi bagi memastikan sasaran sumbangan sektor koperasi kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) meningkat kepada lima peratus menjelang 2025, seiring dengan Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN 2030). Walaupun umum mengetahui bahawa dalam era globalisasi, keusahawanan digital merupakan tunjang penting untuk peningkatan ekonomi, peluang pekerjaan dan inovasi, persoalannya adakah koperasi di negeri Sabah bersedia untuk mengadaptasi keusahawanan digital?

Potensi dan Faktor Pendorong Koperasi Mengadaptasi Keusahawanan Digital

Laporan di Berita Harian oleh Mohd Zaky Zainuddin pada 19 Oktober 2021 mendedahkan kajian Bain & Company, sebuah syarikat pengurusan perundingan berpangkalan di Amerika Syarikat bahawa kira-kira 47 peratus pengguna di Malaysia beralih kepada kaedah membeli belah atas talian terutama untuk barangan runcit, penjagaan kecantikan dan perabot. Berbanding tahun 2020, pengguna Malaysia membeli 50 peratus lebih banyak di dalam talian disebabkan oleh sekatan COVID-19. Hasil kajian mendapati bahawa penerimaan dan keterbukaan yang luas terhadap trend membeli belah dalam talian menyebabkan pengguna di Malaysia beralih kepada kaedah tersebut. Kadar penembusan digital yang lebih tinggi bermakna pengguna di Malaysia dapat mengakses pelbagai pilihan dan nilai yang lebih baik.



Penerimaan dan keterbukaan yang luas terhadap trend membeli-belah dalam talian menyebabkan pengguna di Malaysia beralih kepada kaedah tersebut. Kadar penembusan digital yang lebih tinggi bermakna pengguna di Malaysia dapat mengakses pelbagai pilihan dan nilai yang lebih baik.

Firma tersebut menjangkakan segmen e-dagang di Malaysia memiliki prospek cerah dan akan terus berkembang, disokong populasi dewasa yang matang dan sangat celik IT. Rakan kongsi Bain & Company, Gwendolyn Lim menyatakan bahawa jangkaan tersebut adalah berdasarkan pertumbuhan nilai dagangan kasar (GMV) e-dagang Malaysia yang melonjak ketara 87 peratus tahun ke tahun kepada AS\$15 bilion (RM62.3 bilion) bagi tempoh 2020 hingga 2021.

Umum mengetahui bahawa Internet mampu menyebarluaskan sesuatu maklumat dengan pantas dan berkesan merentasi sempadan masa dan negara. Justeru, kemampuan Internet dalam membantu memajukan sesebuah perniagaan seharusnya dipandang serius oleh gerakan koperasi di Malaysia. Dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang gemar membuat pembelian secara dalam talian dan melihat kepada potensi yang dicipta oleh ekonomi digital, gerakan koperasi perlu segera mengatur

strategi untuk mengadaptasi keusahawanan digital. Menurut Dr. Ismail Ab Wahab, mantan Pensyarah Keusahawanan di Universiti Teknologi MARA, antara kebaikan lain perniagaan digital ialah ia menjimatkan kos operasi, mobiliti iaitu boleh beroperasi pada bila-bila masa dan di mana juga lokasi, dapat berhubung dengan ramai orang dan meningkatkan keupayaan komunikasi selain mampu meningkatkan daya pengeluaran.

Penerapan digital dalam Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) khususnya gerakan koperasi di negara ini dilihat antara kaedah membantu peniaga memacu operasi dan memastikan kemampuan perniagaan dan seterusnya meningkatkan sosio anggota. Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP), melaporkan lebih 90 peratus perusahaan mikro tidak dapat mengekalkan daya tahan dan kemampuan ketika tempoh pandemik. Sehingga 15 Januari 2021, sebanyak 73 koperasi di seluruh negara mengalami kerugian mencecah RM3.2 juta ekoran penularan pandemik COVID-19. (Sinar Harian, 6 Mac 2021). Justeru, kemampuan perniagaan seharusnya menjadi faktor pendorong utama untuk koperasi mengadaptasi keusahawanan digital agar koperasi dapat meneruskan perniagaan walau apa juga cabaran mendatang. Namun, adaptasi digital dalam kalangan usahawan koperasi agak perlahan terutama di negeri Sabah disebabkan oleh masalah jurang digital yang berpunca daripada ketidakseimbangan pembangunan wilayah atau kawasan. Prasarana dan perkhidmatan jalur lebar di luar bandar adalah tidak laju dan stabil serta masyarakat luar bandar juga kurang celik teknologi komunikasi dan maklumat (ICT). Oleh itu, bagi mendorong koperasi khususnya di negeri Sabah untuk mengadaptasi keusahawanan digital, pihak kerajaan telah mempergiat pelbagai usaha bagi pembaharuan keseluruhan landskap ekonomi digital.

Di peringkat kerajaan persekutuan, tujuh buah Pusat Ekonomi Digital Keluarga Malaysia (PEDi) telah diwujudkan bermatlamat untuk memperkasa aktiviti setempat masyarakat luar bandar di Sabah. Pusat ini dilengkapi dengan akses perkhidmatan jalur lebar, kemudahan infrastruktur digital serta kakitangan terlatih untuk memberi perkhidmatan dan sokongan yang diperlukan oleh komuniti setempat khususnya usahawan koperasi di luar bandar. Kewujudan pusat ini akan membantu usahawan koperasi untuk beralih ke arah pendigitalan di samping membangunkan kemahiran penggunaan Internet dan penglibatan e-dagang. Kebanyakan usahawan koperasi tidak mengetahui cara untuk mendigitalkan perniagaan sedia ada dan tidak kurang juga masih ramai yang bimbang akan ancaman keselamatan siber. Memahami cabaran yang dihadapi oleh gerakan koperasi untuk beralih kepada perniagaan digital, pihak kerajaan menerusi inisiatif Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) menyediakan Geran Pendigitalan PKS bagi membantu mempercepat peluang penerapan digital serta mendorong lebih ramai usahawan mengembangkan perniagaan secara dalam talian. Inisiatif kerajaan ini merupakan faktor yang akan mendorong usahawan koperasi untuk beralih kepada pendigitalan menjelang tahun 2025.

Pandemik COVID-19 telah membuka mata gerakan koperasi tentang pentingnya ekosistem digital bagi mencegah kejatuhan perniagaan. Koperasi perlu menyusun semula strategi dengan melakukan perubahan menyeluruh dalam pengoperasian bagi memulihkan semula perniagaan mengikut norma baharu. Antara faktor lain yang akan mendorong pendigitalan keusahawanan koperasi ialah kepimpinan koperasi. Anggota Lembaga Koperasi (ALK) perlu menilai semula corak kepimpinan dengan menerapkan

elemen kreatif, inovatif serta berani mengambil risiko. Ciri-ciri kepimpinan ini perlu digabungkan dengan pengetahuan, kemahiran, nilai dan pengalaman serta penyertaan golongan muda yang merupakan pengguna tegar platform digital. Sudah sampai masanya komposisi ALK turut melibatkan golongan muda. Golongan muda lebih kreatif, kritis dan inovatif namun masih memerlukan bimbingan generasi lama yang berkemahiran dan berpengalaman. Dua elemen ini apabila digabungkan pastinya menjadi faktor utama yang mendorong perubahan dasar digitalisasi koperasi dan membantu melonjakkan penyertaan koperasi dalam rangkaian ekosistem perniagaan digital agar gerakan koperasi tidak ketinggalan dalam arus perdana ekonomi digital negara.

Senario Gerakan Koperasi dan Cabaran terhadap Adaptasi Keusahawanan Digital di Negeri Sabah

Penyertaan digital merujuk kepada penyertaan usahawan dalam menggunakan Internet untuk menjalankan operasi perniagaan mereka. (Faradillah, Samsudin & Husna, 2019). Berdasarkan statistik oleh Suruhanjaya Koperasi Malaysia, terdapat 1,623 buah koperasi berdaftar di negeri Sabah sehingga Disember 2020. Walau bagaimanapun, hanya terdapat lima buah koperasi yang mengadaptasi keusahawanan digital iaitu dengan menjalankan perniagaan dalam talian. Hal ini menunjukkan bahawa koperasi di negeri Sabah belum sepenuhnya dapat mengadaptasi transformasi digital dalam perniagaan.

Merujuk kepada Faradillah, Samsudin dan Husna dalam artikel bertajuk "Penyertaan Digital dan Ciri Keusahawanan dalam Pemerikasaan Usahawan Wanita di Malaysia", senario seperti yang dihadapi

oleh gerakan koperasi di negeri Sabah dikenali sebagai keupayaan masyarakat dalam memahami kandungan Internet itu sendiri yang mana menurut Warschauer (2003), terdapat empat sumber yang diperlukan oleh masyarakat bermaklumat iaitu:-

- i. Sumber fizikal yang merupakan akses kepada komputer dan Internet;
- ii. Sumber digital iaitu kemahiran untuk mencari dan memahami kandungan Internet;
- iii. Sumber manusia iaitu penggunaan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (TMK) dan pendidikan termasuk pengetahuan pemahaman; dan
- iv. Sumber sosial yang meliputi komuniti setempat, institusi dan struktur sosial yang bergantung dengan teknologi maklumat.

Kesemua sumber ini saling berkait dan sangat diperlukan untuk memperkasa kemahiran teknologi maklumat dan mengatasi jurang digital. Jurang digital ialah ketaksamaan peluang mengakses TMK. Ini disebabkan oleh halangan capaian kepada perkhidmatan digital seperti yang dikategorikan oleh Lai (2008) iaitu:

- i. Akses Mental: Menerangkan kekurangan pengalaman asas digital kerana kurangnya minat selain daripada teknologi baharu yang tidak menarik;
- ii. Akses Material: Menerangkan kekurangan akses akibat kekurangan kelengkapan peralatan dan perkhidmatan seperti perkakasan komputer dan rangkaian atau capaian Internet;
- iii. Akses Kemahiran: Menerangkan tentang tahap literasi digital disebabkan oleh kekurangan pendidikan dan latihan serta sokongan sosial;
- iv. Akses Penggunaan: Menerangkan kekurangan peluang penggunaan Internet/TMK yang menjadi penghalang kepada capaian perkhidmatan digital.

Bagi mengadaptasi keusahawanan digital, usahawan koperasi bukan sahaja perlu memiliki kemahiran, peralatan dan perkakasan TMK, tetapi ia juga perlu juga disokong oleh infrastruktur seperti akses kepada capaian Internet yang meluas dan pantas di seluruh negara. Tidak kurang, pihak kerajaan perlu menyediakan sokongan dalam bentuk pendidikan dan latihan bagi melahirkan usahawan yang mempunyai tahap literasi digital yang tinggi agar mereka celik menggunakan aplikasi dan kaedah perhubungan Internet untuk menjalankan perniagaan dalam talian. Justeru, terdapat ruang dan peluang kepada pihak industri dan pemegang taruh untuk memupuk budaya keusahawanan digital dalam gerakan koperasi di negeri Sabah.

Langkah Memperkasa Keusahawanan Digital di Negeri Sabah

Berdasarkan kajian Zhao Fang dan Collier Alan (2016), keupayaan sesebuah negara dalam mengadaptasi keusahawanan digital bergantung kepada tingkah laku keusahawanan digital, budaya dan strategi serta inovasi dalam ekosistem sokongan yang diterajui oleh pihak kerajaan, industri, perniagaan, institut pendidikan serta badan bukan kerajaan.

Jika dilihat pada landskap ekonomi digital negara, ia memerlukan usaha agresif oleh pihak kerajaan dalam membuat perubahan menyeluruh. Ekosistem sokongan terutama penembusan jalur lebar ke segenap pelosok negara perlu disegerakan agar masyarakat luar bandar tidak ketinggalan dalam merasai kemakmuran yang disumbangkan oleh keusahawanan digital.

Pelan Pembangunan Ekonomi Digital Kerajaan – MyDIGITAL telah dilancarkan oleh Perdana Menteri

ketika itu, iaitu YB Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin bin Haji Md Yassin pada 19 Februari 2021. MyDIGITAL merupakan agenda kerajaan yang merangkumi pelbagai aspek untuk mengerakkan pelbagai usaha pendigitalan di Malaysia antaranya memperkasa ekonomi digital dan sekali gus meningkatkan kualiti kehidupan rakyat Malaysia. Beberapa inisiatif telah turut diperkenalkan menerusi Rangka Tindakan (Blueprint) Ekonomi Digital Malaysia bagi merealisasikan agenda tersebut. (Blueprint) Ekonomi Digital Malaysia dirangka bertujuan untuk meningkatkan kualiti hidup rakyat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, meningkatkan keupayaan tempatan yang merangkumi kesiapsiagaan yang selari dengan Revolusi Industri Keempat di semua sektor serta mengoptimumkan penggunaan teknologi untuk pembangunan yang inklusif, bertanggungjawab

dan mampan. Rangka tindakan ini menyediakan garis panduan yang mendorong digitalisasi di seluruh negara, termasuk merapatkan jurang digital antara kampung dan bandar, serta generasi tua dan generasi muda contohnya. Jurang digital perlu segera ditangani kerana ia akan mewujudkan krisis ketidakseimbangan dalam pembentukan negara serta kehilangan perniagaan disebabkan oleh perbezaan peluang yang wujud antara yang mempunyai dan tidak mempunyai akses kepada teknologi maklumat.

Salah satu inisiatif yang dilihat mampu memperkasa inisiatif Ekonomi Digital khususnya kepada negeri Sabah ialah Pelan Jalinan Digital Negara (JENDELA) yang bertujuan untuk memantapkan kesalinghubungan sedia ada. Di bawah Pelan JENDELA





Fasa 1 (2020-2022), negeri Sabah telah diperuntukkan sebanyak RM3.61 bilion sebagai langkah siap siaga beralih kepada teknologi 5G dan memastikan kawasan pedalaman turut mempunyai akses kepada kemudahan Internet. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) turut mentransformasikan Pusat Internet Komuniti (PIK) menjadi Pusat Ekonomi Digital Keluarga Malaysia (PEDi). PEDi bertanggungjawab memberi latihan ekonomi digital kepada usahawan terutama di luar bandar dalam usaha melahirkan serta memperkasa usahawan kecil ke arah pendigitalan yang inovatif dan berdaya saing.

Gerakan koperasi juga perlu berani mengambil peluang dan melakukan perubahan dalam usaha memperkasa keusahawanan digital agar tidak ketinggalan dalam arus perdana ekonomi negara. Justeru, menerusi Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP) melalui kerjasama Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM), Institut Koperasi Malaysia (IKMa) dan Angkatan Koperasi Malaysia Berhad (Angkasa) akan membangunkan satu pelan digitalisasi yang komprehensif untuk gerakan koperasi pada tahun 2022. Di bawah Pakej Perlindungan Rakyat dan Pemulihan Ekonomi (PEMULIH), Kementerian Kewangan menerusi Suruhanjaya Koperasi Malaysia telah memperuntukkan sebanyak RM2 juta bagi membiayai program Dagang Produk/Perkhidmatan Koperasi dalam Talian (e-Dapat). Program ini menyasarkan koperasi kluster mikro, kecil, sederhana dan besar yang mempunyai produk/perkhidmatan yang berpotensi untuk dikomersialkan melalui platform dalam talian. Koperasi yang layak akan diberikan geran bantuan sehingga RM20,000 bagi membiayai bayaran kos berkaitan aktiviti promosi dan pemasaran produk/perkhidmatan koperasi dalam talian.

Sementara itu, menerusi agensi di bawah KUSKOP seperti IKMa, beberapa pelan intervensi turut disediakan bagi memulihkan semula perniagaan koperasi mengikut norma baharu antaranya ialah dengan memperkenalkan Cooperative Digitalisation



Melihat kepada potensi yang dicipta dalam peningkatan ekonomi dan sosial, gerakan koperasi di Malaysia khususnya negeri Sabah seharusnya tidak berlengah dalam merebut peluang untuk mengadaptasi keusahawanan digital.

Empowerment Programme (CODE) yang menyasarkan usaha untuk mendigitalkan aktiviti perniagaan koperasi secara menyeluruh bagi mendepani cabaran era globalisasi IR4.0. IKMa turut mengambil tindakan proaktif dengan mempelbagaikan mod pengajaran dan pembelajaran termasuk secara dalam atas talian bagi meluaskan akses kepada latihan dan pendidikan gerakan dalam negara. Berdasarkan rekod di negeri Sabah, bagi tahun 2021 sebanyak 28 buah kursus pengurusan koperasi dan perniagaan telah dijalankan secara dalam talian dengan penyertaan seramai 1,448 orang anggota koperasi. Walaupun jumlah ini dilihat belum signifikan dengan bilangan anggota koperasi di negeri Sabah, tetapi ia memberi isyarat bahawa gerakan koperasi telah mula membudayakan norma baharu pembelajaran secara dalam talian dan secara tidak langsung menjadikan anggota koperasi di negeri Sabah celik teknologi maklumat dan komunikasi.

Selain IKMa, agensi kerajaan persekutuan lain dan negeri Sabah juga turut menganjurkan pelbagai program bagi menyediakan sokongan latihan dan pendidikan kepada masyarakat untuk

menceburi keusahawanan digital antaranya ialah Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) melalui program *Online OnBoarding Coaching Programme (E-Board)*. Kerajaan negeri Sabah melalui Kementerian Pembangunan Perindustrian turut menyediakan platform maya e-Dagang Go-Biz bagi menggalakkan usahawan tempatan di Sabah mengembangkan perniagaan secara digital. Go-Biz merupakan sebuah aplikasi yang membolehkan usahawan memasarkan dan menjual produk mereka. Kerajaan negeri melalui Sabah Creative, Economy and Innovation Centre (SCENIC) juga sedang giat memperkasa keusahawanan sosial dengan pembudayaan inovasi ekonomi digital agar usahawan dapat meningkatkan produktiviti, lebih berdaya saing dan mampan terutama dalam era ekonomi digital.

Penutup

Melalui usaha yang digerakkan oleh kerajaan dalam menyediakan ekosistem yang kondusif untuk mempercepatkan digitalisasi melalui penerimgunaan teknologi dan memudahkan kemunculan perniagaan baharu, dapat dilihat bahawa pihak kerajaan komited untuk memperkasa keusahawanan digital. Melihat kepada potensi yang dicipta dalam peningkatan ekonomi dan sosial, gerakan koperasi di Malaysia khususnya negeri Sabah seharusnya tidak berlengah dalam merebut peluang untuk mengadaptasi keusahawanan digital. Bagi menerima keusahawanan digital, koperasi perlu memberi tumpuan kepada 3A iaitu 'availability' (ketersediaan), 'accessibility' (kebolehcapaian) dan 'acceptability' (kebolehterimaan), agar koperasi dapat menjadi usahawan digital dengan cara kreatif mereka sendiri. Gerakan koperasi perlu memupuk budaya penyertaan digital kerana ia dianggap sebagai kunci kepada peningkatan kesedaran tentang manfaat dan faedah daripada teknologi digital. (Livingstobe dan Helsper, 2007).

PANDUAN DALAM PERANCANGAN CUKAI KOPERASI



Julizah Sabstu

Pusat Kewangan dan Akaun
julizah@ikma.edu.my

Pengenalan

Dalam memastikan koperasi sentiasa mematuhi Akta Cukai Pendapatan 1967 (ACP1967), ALK perlu memastikan perancangan percukaian dibuat pada setiap tahun. Perancangan cukai merupakan kegiatan yang sah disisi undang-undang di mana aktivitiya adalah untuk meminimumkan liabiliti cukai dengan merancang hal ehwal percukaian koperasi dengan menggunakan peruntukan-peruntukan perundangan yang dibenarkan dalam ACP 1967.

Namun ia memerlukan kemahiran, ilmu percukaian dan perakaunan untuk mengelakkan daripada koperasi tergolong dalam aktiviti pelarian dan pengelakan cukai. Pelarian cukai merupakan aktiviti yang menyalahi ACP 1967 dan akan dikenakan penalti. Penalti yang boleh disabitkan kesalahan di bawah aktiviti pelarian cukai adalah melalui peruntukan seksyen 112,113 114, dan 140 ACP 1967. Bagi pengelakan cukai pula adalah disebabkan berlakunya kelompangan dalam Akta Cukai itu sendiri dan tidak dikenakan penalti tetapi kegiatan tersebut adalah menyalahi undang-undang.

Perancangan cukai yang baik dan dijalankan setiap tahun bukan sahaja boleh memberikan kebaikan kepada koperasi seperti melindungi daripada bayaran cukai yang tinggi tetapi dapat meningkatkan pendapatan boleh guna koperasi, menggunakan segala peruntukan potongan, relief dengan maksimum yang dibenarkan oleh ACP1967 serta dapat mengurangkan imej yang buruk kepada koperasi akibat pengelakan dan pelarian cukai.

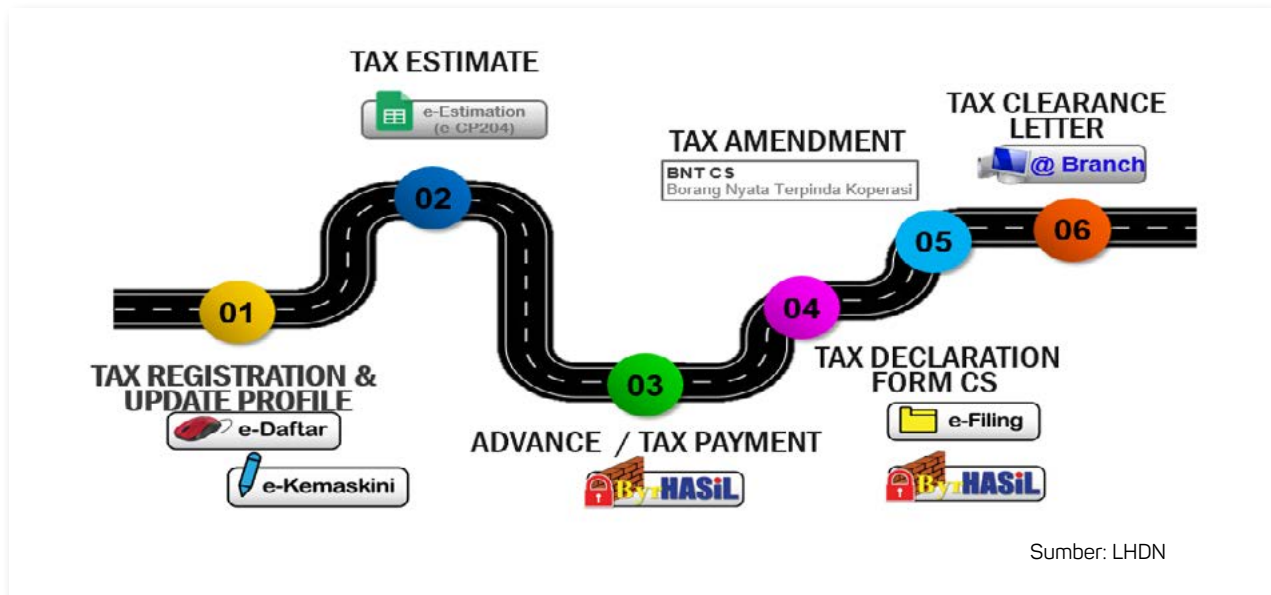
Panduan koperasi dalam perancangan cukai

Berikut merupakan panduan perancangan cukai yang menjadi kewajipan ALK untuk memastikan koperasi mematuhi ACP 1967 walaupun koperasi dikecualikan cukai iaitu:

1. Pengetahuan berkaitan Kitaran Percukaian Koperasi

Kitaran percukaian koperasi perlu difahami oleh

ALK sebelum pengurusan cukai lain dijalankan. Kitaran percukaian ini merupakan maklumat utama yang perlu diberikan perhatian oleh ALK untuk mengelakkan daripada berlakunya pelarian dan pengelakan cukai serta mematuhi peruntukan Akta Percukaian 1967. Kitaran percukaian koperasi berbeza antara koperasi baharu dan koperasi yang telah lama beroperasi serta boleh dirujuk dalam Rajah 1 di bawah:



Rajah 1: Kitaran percukaian koperasi

Proses pertama adalah setiap koperasi yang berdaftar dengan SKM perlu mendaftar cukai dan mengemaskini profil melalui e-daftar dan e-kemaskini dalam laman web LHDN. Selain daripada melalui e-daftar, koperasi juga boleh hadir ke kaunter LHDN dengan membawa salinan sijil pendaftaran SKM, salinan buku undang-undang kecil koperasi, borang CP60CS yang telah lengkap diisi dan maklumat ALK seperti maklumat pengerusi, setiausaha dan bendahari.

Proses kedua adalah menganggar cukai melalui borang e-CP204. Terdapat perbezaan antara koperasi baharu dan koperasi yang telah lama beroperasi. Bagi koperasi baharu anggaran borang cukai perlu dihantar dalam masa 3 bulan pertama sebaik sahaja koperasi beroperasi manakala koperasi yang telah lama beroperasi hendaklah menghantar anggaran tidak lebih daripada 30 hari sebelum bermula tempoh asas.

Proses ketiga adalah pembayaran cukai atau dikenali sebagai pendahuluan. Bagi koperasi baharu bayaran mula dibuat pada bulan keenam semasa tempoh asas koperasi manakala koperasi yang telah lama beroperasi adalah bulan kedua dalam tempoh asas. Tarikh bayaran akan bermula pada sebelum atau pada 15 haribulan.

Proses keempat pula, koperasi hendaklah mengisikan borang CP204 berkaitan pengisytiharan cukai melalui sistem e-filing atau secara manual iaitu hantar terus kepada LHDN. Penghantaran dan pembayaran tersebut

hendaklah dibuat dalam tempoh 7 bulan dari tarikh penutupan akaun.

Proses kelima pula sekiranya koperasi berlaku pindahan anggaran dalam pembayaran cukai hendaklah dilakukan oleh koperasi pada bulan keenam dan kesembilan dalam tempoh Asas. Borang yang perlu diisi oleh koperasi adalah borang nyata terpinda koperasi (BNT CS).

Proses keenam pula adalah koperasi dapat surat cukai atau surat dilepaskan cukai daripada cawangan LHDN.

Jadual 1: Ringkasan berkaitan cukai koperasi

	Koperasi Baru	Koperasi Sedia Ada
Hantar Anggaran	Dalam masa 3 bulan pertama operasi	30 hari sebelum mula tempoh asas
Mula Bayar	Bulan ke-6 tempoh Asas	Bulan ke-2 tempoh Asas
Tarikh Bayaran	Sebelum/pada 15 haribulan	
Pindaan Anggaran	Bulan ke-6 dan ke-9 Tempoh Asas	
Penghantaran borang	Hantar Borang Anggaran cukai (CP204) secara e-filing atau hantar secara manual ke Pusat pemprosesan LHDNM	

2. Penyata kewangan yang dihasilkan oleh koperasi

Penyediaan penyata kewangan dengan betul dan tepat adalah penting dalam perancangan cukai. Penyata kewangan koperasi meliputi penyata kedudukan kewangan (kunci kira-kira), penyata untung rugi, penyata pembahagian keuntungan, penyata aliran tunai dan nota penyata kewangan. Penyata kewangan ini penting semasa proses pengiraan cukai, mengisi borang anggaran cukai dan pembayaran cukai melalui e-filing.

Kelebihan koperasi sama ada berdaftar di bawah Akta Koperasi 1993, Akta Pertubuhan Peladang 1973, pertubuhan yang diperbadankan di bawah Akta Syarikat tetapi didaftarkan di bawah Akta Koperasi 1993 seperti Bank Koperasi dan Persatuan Nelayan di bawah Akta Persatuan Nelayan 1971 adalah melalui potongan melalui seksyen 65A. Seksyen 65A pula terbahagi kepada dua iaitu Seksyen 65 A (a) dan (b).

Seksyen 65 A (a)

Seksyen 65 A (a) merupakan amaun yang dipotong daripada jumlah pendapatan iaitu jumlah yang dipindahkan atau dibayar oleh koperasi dalam tempoh asas kepada:

- Kumpulan wang rizab berkanun (KWRS);
- Institusi pelajaran dan/atau pertubuhan koperasi yang diwujudkan untuk memajukan prinsip-prinsip koperasi; atau
- Tabung Amanah Pendidikan Koperasi

Amaun potongan tersebut adalah tidak boleh melebihi 25% daripada keuntungan bersih beraudit koperasi bagi tempoh asas tersebut.

Seksyen 65 A (b)

Amaun potongan iaitu 8% (atau peratusan tertentu yang ditetapkan) daripada kumpulan wang anggota pada hari pertama dalam tempoh asas untuk tahun taksiran tersebut. Kumpulan Wang Anggota (KWA) adalah seperti berikut:

- Modal berbayar
Ia merupakan saham dan yuran tetapi tidak termasuk saham bonus yang diterbitkan dari rezab modal yang diwujudkan daripada penilaian semula aset-aset tetap
- Kumpulan Wang Rizab Berkanun
- Baki Akaun Premium Saham
Ia tidak termasuk jumlah yang dikreditkan semasa saham bonus diterbitkan pada kadar premium daripada rezab modal yang diwujudkan daripada penilaian semula aset-aset tetap
- Rezab
Selain daripada rezab modal yang diwujudkan daripada penilaian semula aset tetap dan peruntukan-peruntukan susutnilai, pembaharuan atau penggantian dan susutan dalam nilai aset
- Baki Akaun Pengasingan Untung Rugi

3. Dokumentasi

Mengikut Peraturan Koperasi 2010 berkaitan segala buku, akaun dan penyata kewangan hendaklah disimpan oleh koperasi selama tempoh enam (6) tahun selepas tarikh selesai pegauditan. Namuni bagi ACP1967, Subseksyen 82A mewajibkan semua entiti perniagaan termasuk koperasi perlu menyimpan dokumen dalam masa 7 tahun. Sekiranya gagal akan dikenakan tindakan kerana dianggap memfail Borang Nyata Cukai Pendapatan yang tidak betul kerana tiada bukti. Pembayar cukai termasuk koperasi boleh didakwa dan jika sabit kesalahan, boleh dikenakan denda tidak kurang RM300 dan tidak lebih RM10,000 atau dipenjarakan tidak melebihi 12 bulan atau kedua-duanya.

4. Kadar cukai

Kadar cukai bagi koperasi adalah berbeza berbanding kadar cukai syarikat. Kadar cukai koperasi berdasarkan banjaran pendapatan bercukai yang dikategorikan kepada lapan kategori bermula daripada kategori A sehingga H. Manakala bagi kadar cukai syarikat pula melihat kepada modal berbayar sesebuah syarikat sama ada melebihi atau tidak melebihi RM2.5 juta.

Penetapan kadar cukai koperasi adalah di antara 0% sehingga 24%. Bagi pendapatan bercukai antara RM1 sehingga RM30,000 adalah pada kadar 0% dan tiada cukai akan dikenakan. Manakala bagi kategori B sehingga H adalah mengikut lapisan banjaran pendapatan yang telah ditetapkan di mana banjaran pendapatan teratas ditetapkan dan selebihnya adalah berdasarkan kadar cukai yang ditetapkan. Segala penerangan tersebut boleh rujuk dalam Rajah 2.

Rajah 2: Kadar cukai berdasarkan banjaran pendapatan bercukai koperasi

Kategori	Banjaran Pendapatan Bercukai	Pengiraan (RM)	Kadar %	Cukai (RM)
A	1 – 30,000	30,000 pertama	0	0
B	30,001 – 60,000	30,000 berikutnya	5	1,500
C	60,001 – 100,000	60,000 pertama 40,000 berikutnya	10	1,500 4,000
D	100,001 – 150,000	100,000 pertama 50,000 berikutnya	15	5,500 7,500
E	150,001 – 250,000	150,000 pertama 100,000 berikutnya	18	13,000 18,000
F	250,001 – 500,000	250,000 pertama 250,000 berikutnya	21	31,000 52,500
G	500,001 – 750,000	500,000 pertama 250,000 berikutnya	23	83,500 57,500
H	750,000 dan ke atas	750,000 pertama setiap ringgit berikutnya	24	141,000
I	Potongan yang dibenarkan ke atas pendapatan berasaskan kepada jumlah amaun kumpulan wang ahli-ahli		8

Sumber: LHDN

5. Pendapatan koperasi

Kefahaman dalam mengiktiraf pendapatan koperasi penting dalam percukaian. Ini kerana terdapat pendapatan yang dikenakan cukai dan juga dikecualikan cukai. Melalui seksyen 4 ACP1967, segala pendapatan di bawah adalah layak dikenakan cukai termasuk juga koperasi. Ia boleh dirujuk melalui daripada seksyen 4(a) sehingga 4 (f) ACP 1967 iaitu:

- Seksyen 4(a)- perolehan atau keuntungan daripada perniagaan
- Seksyen 4(b)- perolehan atau keuntungan daripada penggajian
- Seksyen 4(c)- dividen/faedah atau sewa
- Seksyen 4(d)- *royalty*/sewa/premium
- Seksyen 4(e)- Pencen / Anuiti / Bayaran berkala lain

- Seksyen 4(f)- Perolehan-Perolehan atau keuntungan- keuntungan lain

Walau bagaimanapun, bagi pendapatan daripada geran/ bantuan/subsidi yang diberikan daripada kerajaan persekutuan/negeri adalah dikecualikan cukai mengikut P.U (A) 207. Manakala selain daripada kerajaan persekutuan/negeri akan dikenakan cukai.

6. Perbelanjaan dibenarkan atau tidak untuk penolakan cukai

Dalam perancangan cukai koperasi, tidak semua perbelanjaan yang dimasukkan dalam akaun untung rugi adalah termasuk dalam perbelanjaan

yang boleh ditolak cukai. Melalui ACP1967, terdapat tiga pengkelasan belanja iaitu:

- Perbelanjaan yang boleh dibenarkan untuk penolakan cukai
Melalui seksyen 33 ACP1967, segala perbelanjaan yang kesemua atau semata-mata digunakan untuk mendapatkan perniagaan boleh dibenarkan untuk penolakan cukai. Contohnya adalah upah/gaji, sewa premis perniagaan, pengangkutan dan lain-lain.

- Perbelanjaan yang tidak dibenarkan untuk penolakan cukai
Melalui seksyen 39 ACP1967, segala belanja yang dilakukan bagi tujuan persendirian, pembelian aset peribadi serta belanja permulaan adalah tidak dibenarkan dan perlu ditambah balik dalam pengiraan cukai. Contohnya adalah:

- Derma –derma kepada institusi yang tidak diluluskan di bawah subseksyen 44(6)
- Perbelanjaan Mesyuarat Agung dan yang berkaitan
- Penalti/kompaun/denda bagi kesalahan yang melanggar undang-undang
- Hapuskira aset yang tidak boleh digunakan dalam perniagaan
- Belanja permulaan/penutupan perniagaan
- Perbelanjaan modal – pembelian aset
- Peruntukan hutang lapuk – am
- Susut nilai hartanah, loji & peralatan.

- Perbelanjaan khusus yang dibenarkan
Melalui subseksyen 34(6) ACP1967 menyatakan terdapat perbelanjaan khusus yang dibenarkan untuk penolakan cukai. Ianya adalah seperti berikut:

- Perbelanjaan majikan atas peralatan untuk membantu pekerja kurang upaya (OKU)

- Perbelanjaan bagi penerbitan dalam bahasa kebangsaan
- Sumbangan kepada perpustakaan
- Perbelanjaan menaja aktiviti kesenian dan kebudayaan
- Perbelanjaan mengadakan perkhidmatan, kemudahan awam dan sumbangan kepada badan amal atau projek awam
- Perbelanjaan majikan bagi penyediaan dan penyelenggaraan Pusat Asuhan Kanak-Kanak untuk manfaat pekerja
- Perbelanjaan majikan bagi penyediaan kumpulan muzik atau kebudayaan

7. Potongan dua kali

Selain daripada belanja di atas, terdapat juga belanja tertentu yang diberikan potongan dua kali. Ia adalah:

- Perbelanjaan penyelidikan (tidak berkaitan dengan perniagaan) yang diluluskan
- Sumbangan kepada institusi penyelidikan yang diluluskan atau bayaran bagi kegunaan perkhidmatan institusi/syarikat penyelidikan yang diluluskan
- Perbelanjaan atas usaha mendapatkan pensijilan daripada sistem kualiti dan standard serta halal.
- Penggajian bagi pekerja kurang upaya
- Kos latihan pekerja

8. Elaun modal

Dalam percukaian, terdapat jadual 3 dalam ACP1967 berkaitan tuntutan elaun modal yang dibenarkan daripada pembelian aset koperasi. Ia diberi tolakan daripada pendapatan perniagaan sebagai ganti kepada perbelanjaan susut nilai bagi pembelian aset yang digunakan dalam perniagaan.

Walau bagaimanapun, terdapat beberapa syarat yang membolehkan tuntutan dibuat oleh koperasi antaranya adalah:

- Menjalankan perniagaan
- Membeli aset perniagaan
- Aset digunakan dalam perniagaan
- Dimiliki oleh koperasi

Kadar elaun modal yang ditetapkan adalah berdasarkan jenis aset yang digunakan. Bagi tahun pertama memiliki aset tersebut, koperasi boleh menuntut melalui elaun permulaan dan elaun tahunan serta bakinya adalah pada tahun berikut. Segala elaun modal boleh rujuk dalam jadual 2 di bawah:

Jadual 2: Elaun Modal bagi Setiap Jenis Aset

Jenis aset	Elaun permulaan (%)	Elaun tahunan (%)
Kenderaan Bermotor dan Jentera Berat	20	20
Loji dan Jentera	20	14
Peralatan Pejabat, Perabot dan Lekapan	20	10
Komputer	20	20
Lain-lain	20	10

Penutup

Secara kesimpulannya, perancangan cukai yang baik bukan sahaja mewujudkan kesan terhadap koperasi tetapi juga pada ekosistem sesebuah negara. Koperasi yang dapat menjalankan perancangan cukai yang baik bukan sahaja memberikan kesan dalam jangka masa pendek seperti meningkatkan pendapatan dan pusingan modal bahkan ia juga dapat mengelakkan daripada dikenakan tindakan kepada ALK terutama kepada pengurus, setiausaha dan bendahari akibat kesalahan menggunakan peruntukan yang ada dalam ACP1967 yang akhirnya akan mencemarkan imej koperasi. Bagi sesebuah negara pula, dengan meningkatnya tahap kesedaran cukai di semua sektor bukan sahaja ia dapat membantu kerajaan dalam mengurus perbelanjaan malah dapat meningkatkan peluang pekerjaan di kalangan anak tempatan, membangunkan ekonomi negara dan seterusnya dapat mengurangkan masalah pelarian cukai dan pengelakan cukai.

Walau bagaimanapun, perancangan cukai bukan perkara yang mudah kepada koperasi kerana ia sangat tertakluk dalam ruang lingkup yang telah ditetapkan oleh pihak LHDN. Penolakan, potongan dan *relief* yang diberikan oleh LHDN sememangnya memerlukan kemahiran dan ilmu percukaian yang tinggi serta disokong oleh sistem dokumentasi yang baik. Ini kerana sekiranya koperasi mempunyai kesalahan kefahaman atau terlebih menuntut dalam cukai tersebut ia boleh dikategorikan sebagai pelarian dan pengelakan cukai yang akhirnya boleh dikenakan penalti di bawah seksyen 112 sehingga 140 dalam ACP1967. Namun, ia bukan juga sesuatu yang mustahil untuk dilaksanakan oleh pihak koperasi dalam menjalankan perancangan cukai kerana terdapat banyak penawaran kursus-kursus yang dianjurkan khususnya dalam perspektif percukaian oleh Institut Koperasi Malaysia (IKMa).

PERANAN JAWATANKUASA KECIL DALAM MEMPERKUKUH PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN KOPERASI



Mohamad Haniff Mohamad Hashim
Institut Koperasi Malaysia
haniff@ikma.edu.my



Pengenalan

Jawatankuasa Kecil Koperasi dibentuk sebagai membantu, mentadbir, merancang dan mengurus aktiviti yang dijalankan oleh koperasi. Laporan dan cadangan penambahbaikan yang dicapai dalam Mesyuarat Jawatankuasa Kecil ini akan dibawa ke Mesyuarat Lembaga untuk dibincangkan. Ini kerana setiap Jawatankuasa Kecil ini akan dipengerusikan oleh seorang Anggota Lembaga Koperasi (ALK). Antara contoh Jawatankuasa Kecil yang kebiasaannya dibentuk dalam sesebuah koperasi ialah Jawatankuasa Kecil Kebajikan, Jawatankuasa Kecil Pendidikan, Jawatankuasa Kecil Projek & Perniagaan, Jawatankuasa Kecil Promosi & Keanggotaan, Jawatankuasa Kecil Peruncitan & Pemborongan dan Jawatankuasa Bekalan.

Peranan dan Fungsi Jawatankuasa Kecil Koperasi

Pelbagai peranan dan fungsi Jawatankuasa Kecil Koperasi yang diperkenalkan dalam sesebuah koperasi. Antara peranan dan fungsi Jawatankuasa Kecil tersebut ialah:

i. Merancang program yang bersesuaian berdasarkan lantikan Jawatankuasa Kecil

Jawatankuasa Kecil yang dilantik perlu merancang program bersesuaian berkaitan dengan portfolio yang dipegang. Sebagai contoh, Jawatankuasa Kecil Kebajikan merancang program kebajikan pada tahun tersebut seperti ziarah anggota yang keuzuran, ditimpa musibah, kunjungan mesra ke rumah pesara dan lain-lain lagi.

ii. Melaksanakan gerak kerja Jawatankuasa Kecil

Setelah perancangan dibuat, Jawatankuasa Kecil harus menjalankan program yang dirancang agar aktiviti yang dirancang dapat dilaksanakan. Sebagai contoh, Jawatankuasa Kecil Pendidikan boleh membuat program bersama Institut Koperasi Malaysia (IKMa) bagi menambah pengetahuan berkaitan peranan anggota koperasi, kebaikan berkoperasi, pendidikan anggota dan lain-lain program atau kursus mengikut keperluan anggota dan koperasi.

iii. Melibatkan anggota dalam Jawatankuasa Kecil

Jawatankuasa Kecil boleh melantik anggota koperasi untuk bersama-sama menjalankan program yang dirancang. Oleh itu, sesebuah Jawatankuasa Kecil boleh melantik beberapa orang anggota untuk melaksanakan program Jawatankuasa Kecil tersebut. Ini membantu memperkasakan peranan Jawatankuasa Kecil tersebut dengan sokongan dan penglibatan anggota koperasi itu sendiri.

iv. Membuat laporan berkala dan melaporkan dalam Mesyuarat Lembaga

Dalam sesebuah Jawatankuasa Kecil, salah seorang ALK akan dilantik menjadi pengerusi kepada jawatankuasa tersebut. Beliau bertanggungjawab mewakili jawatankuasa tersebut untuk melaporkan status dan perkembangan Jawatankuasa Kecil yang dipengeruskannya dalam Mesyuarat Lembaga koperasi.

MENGUKUHKAN KOPERASI MELALUI JAWATANKUASA KECIL KOPERASI

Penubuhan Jawatankuasa Kecil Koperasi bergantung kepada objektif dan keperluan koperasi tersebut. Antara contoh Jawatankuasa Kecil yang terdapat dalam koperasi ialah:

i. Jawatankuasa Kecil Kebajikan

Jawatankuasa Kecil Kebajikan memainkan peranan yang signifikan kepada koperasi. Ini kerana antara objektif utama penubuhan sesebuah koperasi ialah untuk memenuhi kebajikan khususnya kepada anggota dan juga masyarakat setempat. Fungsi Jawatankuasa Kecil Kebajikan adalah untuk melaksanakan aktiviti berkaitan kebajikan

anggota seperti yang ditetapkan oleh Lembaga Koperasi dari semasa ke semasa. Jawatankuasa Kecil ini perlu merancang dan mengadakan mesyuarat bagi menjalankan aktiviti kebajikan.

Antara aktiviti yang dilakukan ialah mengadakan program ziarah di rumah anggota (contoh Ziarah Ramadan). Jawatankuasa ini boleh melaksanakan program ziarah anggota, badan kebajikan, rumah orang tua dan sebagainya. Bersempena program tersebut, Jawatankuasa ini boleh menyampaikan sumbangan berupa wang tunai, barang-barang keperluan harian, hamper dan lain-lain keperluan kepada mereka yang memerlukan.

Selain itu, mereka boleh mengadakan program khidmat komuniti setempat. Melalui koperasi, anggota dan ALK boleh terlibat dalam program yang dianjurkan bersama komuniti setempat. Aktiviti yang memerlukan kerjasama daripada orang ramai atau masyarakat sesuai untuk dilaksanakan. Sebagai contoh, aktiviti yang boleh dilaksanakan seperti gotong-royong, merewang, memasak bubur lambuk, mengacau dodol dan mengadakan majlis tahlil serta bacaan yasin. Aktiviti yang dilaksanakan boleh disusuli dengan sumbangan daripada koperasi kepada komuniti tersebut seperti barangan keperluan harian, makanan, pakaian, hamper dan sebagainya. Dengan penglibatan aktiviti seperti ini akan memberikan satu persepsi yang baik untuk koperasi sekaligus meningkatkan imej koperasi pada pandangan masyarakat dan menjadi tarikan untuk mereka menyertai koperasi.

ii. Jawatankuasa Kecil Pendidikan

Fungsi Jawatankuasa Kecil Pendidikan adalah untuk melaksanakan program berkaitan

peningkatan pengetahuan dan kemahiran kepada anggota. Ia boleh dilaksanakan sendiri oleh koperasi atau kerjasama dengan pihak berkaitan seperti agensi yang menyelia koperasi Institut Koperasi Malaysia, Suruhanjaya Koperasi Malaysia, ANGKASA. Selain itu, kerjasama juga boleh dibuat dengan organisasi atau syarikat swasta. Program dilaksanakan boleh merangkumi perkara berkaitan pemahaman dan fungsi koperasi, peranan dan tanggungjawab anggota, peningkatan pengetahuan dan kemahiran yang khusus, dan sebagainya.

Program yang boleh dilaksanakan oleh jawatankuasa ini seperti mengadakan ceramah dan taklimat berkaitan pengurusan dan perniagaan koperasi. Ceramah dan taklimat berkaitan Pengurusan Koperasi membolehkan anggota memahami bagaimana koperasi ditadbir urus. Berkaitan perniagaan pula, ia akan membantu koperasi meningkatkan penglibatan anggota dalam perniagaan sebagai pengeluar, pemasar, pengguna, pembeli produk dan perkhidmatan. Anggota akan mempunyai kesedaran terhadap kepentingan dan kelebihan berkoperasi yang turut meningkatkan



perniagaan koperasi, memberi manfaat kepada anggota dan komuniti.

Selain itu, ceramah dan taklimat berkaitan tanggungjawab anggota juga boleh diadakan oleh Jawatankuasa Kecil ini. Manfaat yang diperoleh koperasi melalui ceramah dan taklimat berkaitan tanggungjawab anggota akan meningkatkan pemahaman anggota berkaitan apakah peranan dan tanggungjawab mereka sebagai anggota koperasi. Sebagai contoh, dengan pelaksanaan program ini, bilangan anggota yang akan melibatkan diri dalam aktiviti berkoperasi boleh meningkat seperti kehadiran dalam Mesyuarat Agung Tahunan (MAT), aktiviti berkoperasi, aktiviti perniagaan dan sebagainya.



Peranan dan fungsi Jawatankuasa Kecil Koperasi amat penting dalam mengukuhkan tadbir urus, pengurusan dan perniagaan koperasi. Jawatankuasa Kecil ini bertindak sebagai perancang, pelaksana dan pengawal selia bagi portfolio yang dianggotainya.

iii. Jawatankuasa Kecil Projek dan Perniagaan

Jawatankuasa Kecil ini berperanan memastikan setiap aktiviti perniagaan yang dijalankan oleh koperasi berjalan dengan baik dan mengikut sasaran yang ditetapkan. Di samping itu, jawatankuasa akan mengenal pasti perniagaan baharu yang berpotensi untuk dijalankan. Pelbagai pendekatan dan inisiatif dilaksanakan dalam menentukan bidang perniagaan baharu yang bersesuaian untuk diceburi koperasi. Selain itu, Jawatankuasa boleh mengadakan kerjasama dengan koperasi lain dan agensi-agensi tertentu bagi mewujudkan dan membangunkan peluang perniagaan agar pulangan yang menguntungkan dapat diperoleh semua pihak.

Selain itu, Jawatankuasa Kecil ini perlu merancang projek dan perniagaan baharu untuk koperasi. Ini bagi menambah pendapatan dan mengelakkan koperasi daripada bergantung kepada hanya satu projek perniagaan sahaja. Ia juga mengurangkan risiko kerugian dengan mempelbagaikan aktiviti perniagaan yang menjana pendapatan kepada koperasi. Jawatankuasa Kecil ini juga bertanggungjawab melaksanakan projek dan perniagaan sedia ada. Ia bertanggungjawab merancang, melaksanakan operasi dan mengurus perniagaan tersebut. Selain itu, jawatankuasa ini harus menyediakan laporan prestasi dan kemajuan projek untuk pelaporan serta perbincangan dalam Mesyuarat Lembaga.

iv. Jawatankuasa Kecil Promosi Perniagaan dan Keanggotaan

Jawatankuasa Kecil dan Promosi berperanan mempromosikan aktiviti koperasi dari semasa ke semasa kepada anggota dan potensi anggota melalui beberapa saluran seperti

laman web, media sosial, buletin dan juga e-mel. Jawatankuasa ini akan sentiasa menggalakkan pengurusan dan pentadbiran koperasi menggunakan teknologi ICT dalam tadbir urus bagi memberikan perkhidmatan yang lebih cekap dan berkesan. Selain itu, ia bertanggungjawab mempromosikan keanggotaan koperasi kepada masyarakat. Promosi yang baik dan berkesan akan meningkatkan bilangan masyarakat untuk terlibat dalam koperasi.

Kaedah promosi ini meliputi menguruskan laman sesawang dan media sosial koperasi. Laman sesawang dan muka buku koperasi merupakan medium yang mudah untuk digunakan disebabkan senang dikemas kini, dipantau dan diselenggarakan dengan berita atau artikel yang terkini. Usahawan dan bakal usahawan yang menjadi anggota juga digalakkan untuk mempromosikan produk perniagaan mereka dalam media sosial koperasi. Selain itu, mereka juga bertanggungjawab membentuk kumpulan WhatsApp dan Telegram untuk anggota koperasi. Saluran ini diwujudkan bagi menghubungkan anggota koperasi dengan bahagian pengurusan dan pentadbiran koperasi. Medium ini memudahkan dan membolehkan maklumat koperasi dapat disampaikan kepada semua anggota terutamanya anggota yang telah bersara atau yang sukar dihubungi.

v. Jawatankuasa Kecil Peruncitan dan Pembekalan

Jawatankuasa kecil ini akan memastikan kelancaran operasi dan keperluan pengguna bagi produk dan perkhidmatan yang ditawarkan koperasi dapat memenuhi keperluan anggota. Ahli jawatankuasa akan memainkan peranan dalam

memastikan kelancaran operasi dan bertindak sebagai perancang dalam menyusun strategi bagi meningkatkan keuntungan jualan dan mutu perkhidmatan. Barangan jualan yang diuruskan meliputi barangan asas, barangan mentah dan basah, barangan keperluan, dan lain-lain. Tugas dalam jawatankuasa ini bergantung kepada aktiviti perniagaan koperasi. Contohnya, koperasi mempunyai pasar mini atau kedai runcit di mana peranan dan fungsi jawatankuasa ini ialah untuk mengendalikan pasar mini dan menguruskan aktiviti pembekalan produk dalam pasar mini. Jawatankuasa ini bertanggungjawab menguruskan pembekalan cenderamata, alat tulis, aksesori, produk barangan pejabat, sekolah dan lain-lain. Selain itu, jawatankuasa akan menyusun strategi pemasaran bagi mempelbagaikan dan menambah barangan pembekalan pada masa hadapan.

Penutup

Peranan dan fungsi Jawatankuasa Kecil Koperasi amat penting dalam mengukuhkan tadbir urus, pengurusan dan perniagaan koperasi. Jawatankuasa Kecil ini bertindak sebagai perancang, pelaksana dan pengawal selia bagi portfolio yang dianggotainya. Mereka juga perlu memantau aktiviti koperasi yang dijalankan dan menyediakan laporan kepada Mesyuarat Lembaga untuk dibincangkan. Oleh itu, mereka yang dilantik menjadi ALK dan ahli jawatankuasa kecil harus mempunyai pengetahuan dan kemahiran berkaitan portfolio yang dipegang. Ini bagi mengelakkan aktiviti yang dirancang tidak dapat dilaksanakan sekaligus menyebabkan kecekapan koperasi terbantut. Melalui jawatankuasa kecil ini, diharapkan koperasi dapat menjalankan aktiviti yang memberi peningkatan pendapatan dan memberi limpahan manfaat kepada anggota.



PERANAN KOPERASI DALAM SEKURITI MAKANAN



Priscilla Kay anak George @ John
Institut Koperasi Malaysia Zon Sarawak
priscilla@ikma.edu.my

Dasar Agromakanan Negara 2.0

Dasar Agromakanan Negara (DAN) 2.0 2012-2030 digubal untuk meningkatkan sumbangan ekonomi negara serta kesejahteraan sosial rakyat. Kementerian Pertanian dan Industri Makanan (MAFI) memainkan peranan penting untuk mencapai matlamat DAN 2.0. Terdapat beberapa pihak yang turut serta dalam merangka DAN 2.0 ini termasuklah sektor awam, swasta dan pakar industri.

Tiga ciri penting dalam DAN 2.0 iaitu mampan, berdaya tahan dan berpandukan teknologi ditekankan bagi memastikan sektor agromakanan lebih berdaya saing selari dengan negara-negara maju dan seterusnya tahap sara diri (SSL) meningkat. Bukan itu sahaja, SSL juga merupakan perkara penting dalam sekuriti makanan di mana kebolehan untuk memenuhi keperluan makanan dengan pengeluar domestik akan diukur.

DAN 2.0 ini juga digubal bagi menjamin sekuriti makanan melalui transformasi sekuriti makanan negara. Terdapat empat subsektor yang diberikan penekanan bagi sekuriti makanan negara meliputi sektor padi dan beras, buah dan sayuran, ternakan serta perikanan dan akuakultur. Koperasi yang terlibat dalam empat subsektor boleh mengambil peluang untuk turut serta dalam pelaksanaan dasar ini.

Penggunaan pertanian pintar bagi meningkatkan produktiviti pengeluaran selain mampu meningkatkan kedudukan pendapatan petani, nelayan, penternak serta usahawan tani diberi penekanan dalam DAN 2.0. Penggunaan teknologi seperti robot, dron, membangunkan data pertanian, model kilang tanaman serta aplikasi yang berdasarkan *Internet of Things* (IoT) boleh dipraktikkan.

Sekuriti Makanan di Malaysia

Makanan adalah keperluan yang penting untuk seseorang manusia. Jika keperluan ini tidak dapat dipenuhi maka ia akan menyebabkan kelangsungan hidup seseorang itu akan terjejas. Seperti di Malaysia, pertambahan kadar penduduk negara kita menyebabkan pentingnya untuk kita mempunyai bekalan makanan yang mencukupi.

Menurut Aris, N. M., & Ab Rahman, A. (2011), sekuriti makan boleh didefinisikan sebagai bekalan makanan yang mencukupi dan kebolehan untuk mendapatkan makanan tersebut. Krisis makanan akan berlaku sekiranya bekalan makanan mengalami kekurangan. *Food and Agriculture Organization* (FAO) menyatakan di antara 702 juta dan 828 juta orang di dalam dunia menghadapi masalah kelaparan pada tahun 2021.

Sementara itu, menurut Kementerian Pertanian dan Industri Makanan pada tahun 2021 Malaysia menduduki tangga ke 39 daripada 113 negara dan berada dalam kedudukan yang baik untuk prestasi Indeks Sekuriti Makanan Global.

Satu jawatan kuasa untuk sekuriti makanan telah ditubuhkan iaitu Jawatankuasa Kabinet Mengenai Dasar Sekuriti Makanan Negara (FCSS) (Dipengerusikan oleh YAB Perdana Menteri) dan dibantu oleh Jawatankuasa Eksekutif (Dipengerusikan oleh YB Menteri Pertanian dan Industri Makanan) di mana jawatankuasa ini bertujuan untuk merancang dasar sekuriti makanan dengan menyeluruh dan berterusan.

Dimensi Sekuriti Makanan

Kementerian Pertanian dan Industri Makanan menyatakan terdapat empat dimensi dalam sekuriti makanan iaitu ketersediaan, akses, penggunaan, kestabilan dan kemampunan makanan. Kesemua dimensi ini adalah penting sebagai penanda aras kepada tahap keselamatan sekuriti makanan negara Malaysia.

a. Ketersediaan

Ketersediaan menerangkan tentang pengeluaran domestik oleh petani serta penternak agar tahap sara hidup berada di tahap yang baik. Selain itu, alternatif yang lain seperti aktiviti pengimportan adalah perlu bagi memastikan kapasiti import untuk barangan yang tidak dikeluarkan ataupun tidak mencukupi dapat dipenuhi untuk memastikan ketersediaan sekuriti makanan terjamin.

b. Akses

Sumber makanan di dalam sesebuah negara senang diperolehi dan tidak terjejas. Harga

memainkan peranan penting dalam dimensi akses di mana penduduk dapat membeli dengan harga yang berpatutan dan sekali gus meningkatkan akses kepada sumber makanan kerana kuasa beli pengguna akan meningkat. Bukan itu sahaja, ianya amat penting bagi memastikan tiada gangguan dalam rantai bekalan makanan agar akses kepada sumber makanan sentiasa ada.

c. Penggunaan

Penggunaan merangkumi aspek keselamatan makanan dengan mematuhi proses dan standard yang telah ditetapkan. Ini adalah penting untuk memastikan cara pemprosesan makanan tidak mengabaikan nutrisi dan kualiti makanan. Dimensi penggunaan juga menekankan dan mengkaji kepelbagaian keperluan pemakanan dan juga kualiti diet yang bersesuaian dengan penduduk Malaysia.

d. Kestabilan dan Kemampuan makanan

Dimensi ini berkaitan dengan penduduk yang mempunyai akses kepada makanan terjamin pada setiap masa walaupun terdapat kejutan pasaran di mana terjadinya krisis makanan di dalam negara. Penduduk senang mendapatkan bekalan makanan kerana tiada gangguan dalam rangkaian bekalan makanan kerana adanya rizab makanan yang mencukupi.

Pelan Tindakan Dasar Sekuriti Makanan Negara 2021-2025

Bagi memastikan Sekuriti Makanan untuk negara kita berjalan dengan lancar, satu pelan tindakan Dasar Sekuriti Makanan Negara 2021-2025 telah diperkenalkan. Pelan tindakan ini bertujuan untuk memperkuatkan lagi sekuriti makanan negara. Elemen di dalam rangkaian bekalan makanan bermula daripada

input pengeluaran kepada sisa makanan. Pelan tindakan ini mempunyai lima teras strategik, 15 strategi dan 96 inisiatif yang boleh dilaksanakan.

Pelan Tindakan Dasar Sekuriti Makanan Negara 2021-2025 melibatkan pelbagai agensi dan tidak ketinggalan juga penglibatan koperasi dalam pelaksanaan pelan tindakan ini. Pelbagai manfaat boleh diperoleh oleh koperasi dalam pelaksanaan pelan tindakan ini. Antaranya adalah seperti berikut:

a. Meningkatkan pengeluaran koperasi

Koperasi boleh bekerjasama dengan pihak kerajaan dan agensi seperti ANGKASA dan NAFAS untuk terlibat dalam ternakan ayam dan daging. Jika satu per tiga daripada 14,835 jumlah koperasi yang ada di Malaysia terlibat dalam bidang ternakan secara tidak langsung ia dapat membantu pengeluaran ternakan ayam dan daging.

b. Penggunaan Teknologi Moden

Penggunaan teknologi moden dalam pertanian dan penternakan bukan sahaja boleh meningkatkan pengeluaran tetapi juga dapat meningkatkan pendapatan. Teknologi ini dapat memudahkan koperasi mengawal aktiviti pertanian yang berkaitan.

Mengurangkan Peranan Orang Tengah

Penglibatan koperasi dilihat sangat penting untuk memerangi orang tengah dengan mengambil alih peranan mereka sebagai pemproses, pemborong, pengedar serta peruncit. Ahmad Hasbi (2022), dalam artikel berita harian menyatakan KUSKOP mendorong koperasi yang terlibat dalam bidang pertanian dan perladangan untuk menyertai federasi iaitu gabungan koperasi dalam perniagaan yang sama.

Gabungan koperasi ini dapat mengeluarkan bekalan makanan yang mencukupi serta membangunkan pusat aktiviti selepas tuai. Aktiviti pemprosesan seperti pengumpulan, menggredkan dan memasarkan boleh dilakukan agar kebolehcapaian bekalan makanan sentiasa ada dan seterusnya menawarkan harga yang murah kerana penglibatan orang tengah dalam menyalurkan kepada pengguna akhir dapat dikurangkan.

Keperluan Sekuriti Makanan

Kementerian Pertanian dan Industri Makanan menyatakan beberapa keperluan sekuriti makanan. Antaranya adalah seperti berikut:

a. Peningkatan populasi penduduk

Menurut data daripada Jabatan Perangkaan Malaysia, pada suku tahun ketiga 2021 terdapat sebanyak 32.67 juta orang penduduk di Malaysia dengan kenaikan 0.2 peratus daripada suku tahun ketiga 2022. Kenaikan populasi penduduk di Malaysia akan menyebabkan permintaan makanan turut meningkat sekali gus penyediaan bekalan makanan yang mencukupi amat penting.

b. Keselamatan Makanan

Bagi meningkatkan ekonomi dan urusan perniagaan, aspek keselamatan makanan adalah penting sekali gus dapat meningkatkan kualiti kehidupan masyarakat tidak hanya di peringkat serantau tetapi juga di peringkat global.

c. Mengekang Kekurangan Nutrisi

Sekuriti makanan dapat mencegah masyarakat daripada tidak mendapatkan nutrisi yang diperlukan kerana faktor keselamatan dalam penggunaan dan ketersediaan makanan. Menurut

Kementerian Pertanian dan Industri Makanan peratusan menaik kepada 21.8 peratus pada tahun 2019 berbanding 20.7 peratus pada 2018 untuk kanak-kanak terbantut. Kenaikan peratusan untuk kanak-kanak terbantut ini menunjukkan pentingnya nutrisi kepada pembesaran kanak-kanak dan juga penduduk untuk mendapat sumber makanan yang sesuai dan diet yang berkhasiat.

d. Akses Makanan

Menurut Jabatan Perangkaan Malaysia (2021) menyatakan kuasa beli perbelanjaan penggunaan isi rumah merosot sebanyak 16.7 peratus dalam tempoh satu dekad. Hal ini disebabkan kerana kenaikan harga barangan. Kenaikan harga ini dapat dikurangkan dengan adanya peranan koperasi di dalam sekuriti makanan sebagai contohnya mengurangkan orang tengah dalam rantai bekalan makanan agar barangan terus sampai kepada pengguna akhir.

e. Kemampanan sumber

Perubahan cuaca yang berlaku mampu menjejaskan sekuriti makanan. Misalnya perubahan cuaca yang tidak menentu dapat menyebabkan anak benih untuk tanaman padi terbantut dan menjejaskan kualiti serta kuantiti jumlah pengeluaran beras. Penggunaan kaedah pertanian pintar dapat membantu mengawal serta memantau operasi pertanian dengan lebih berkesan dan mampu meningkatkan hasil penanamannya.

Peranan Koperasi dalam Sekuriti Makanan Malaysia

Peranan yang boleh dilaksanakan oleh koperasi berdasarkan kepada Pelan Tindakan Dasar Sekuriti

Makanan dan Dasar Agromakanan Negara 2.0 (2021-2030) adalah:

a. Pemodenan vesel laut dalam

Dalam teras strategik satu (1) menekankan tentang memperluaskan penggunaan teknologi. Koperasi boleh menyumbang dalam meningkatkan pelaburan dengan penyediaan teknologi dalam aktiviti nelayan. Dengan adanya penggunaan teknologi ia dapat memantapkan lagi peralatan dan mekanisasi dalam penangkapan ikan dan aspek keselamatan nelayan sekali gus akan meningkatkan hasil penangkapan ikan.

b. Memperluaskan kolaborasi strategik

Teras strategik empat dalam pelan tindakan dasar sekuriti makanan menyarankan koperasi agar terlibat dalam perluasan projek pertanian berskala besar melalui pembangunan infrastruktur seperti jalan ladang, sistem perparitan dan juga telaga. Selain itu, penyediaan bangunan stor dan tempat pengumpulan hasil pertanian amat diperlukan. Dengan adanya kemudahan tersebut permintaan terhadap pertanian dapat dipenuhi dan stok-stok dapat dikumpulkan serta dapat memasarkan hasil pertanian terus kepada pengguna. Hasil pertanian yang diedarkan kepada pengguna boleh mengurangkan peranan orang tengah di dalam rantai bekalan makanan sekali gus dapat menurunkan kos serta dapat menawarkan harga yang murah kepada pengguna.

c. Menjalankan projek fertigasi dan pertanian pintar

Koperasi boleh mengambil peluang dengan menjalankan projek fertigasi dan pertanian

pintar. Koperasi yang mempunyai tanah boleh mengambil idea ini sebagai salah satu aktiviti koperasi. Dengan adanya projek ini bekalan makanan akan sentiasa dalam keadaan mencukupi dan stabil serta dapat memenuhi keperluan pengguna. Pertanian pintar yang menggunakan teknologi moden mampu mengawal dan memantau aktiviti pertanian bagi membolehkan kuantiti dan kualiti pertanian meningkat.

Penutup

Sekuriti makanan amat penting untuk negara kita Malaysia. Ketiadaan pelan tindakan yang teratur dan baik untuk aktiviti pertanian dan penternakan akan menjejaskan sedikit sebanyak sekuriti makanan di negara ini. Oleh hal yang demikian, peranan kerajaan dan koperasi amat diperlukan dalam merealisasikan semua aktiviti yang terkandung dalam Pelan Tindakan Dasar Sekuriti Makanan dan Dasar Agromakanan Negara 2.0 (2021-2030).

Walaupun isu sekuriti makanan boleh dikawal dengan aktiviti mengimport barangan daripada luar negara, tetapi adalah lebih baik negara kita mempunyai rizab makanan yang tersendiri. Seterusnya, harga barang makanan terutamanya bahan mentah dan bahan basah dapat dikawal.

Dengan adanya pelan jangka panjang ini, kita boleh melihat peranan koperasi dalam membantu pihak kerajaan bagi memastikan isu sekuriti makanan di Malaysia dapat diatasi dan secara tidak langsung bekalan makanan negara sentiasa mencukupi pada setiap masa.

PROSES PEMAJUAN TANAH: APA YANG ANDA PERLU TAHU?



Ayu Diana Awang
Sektor Keberhasilan
ayudiana@ikma.edu.my



Pengenalan

Pembangunan tanah merupakan penggerak utama pembangunan negara. Namun, pembangunan tanah melibatkan proses yang rumit dan memerlukan kerja yang teliti dan teratur. Perumahan bukan sahaja berperanan sebagai komponen guna tanah utama dalam sesebuah bandar, malah turut memainkan peranan sebagai sektor utama yang menjana dan memacu perkembangan industri harta tanah dan pertumbuhan ekonomi di peringkat tempatan dan negara. Sektor ini mengalami perubahan pemikiran dan matlamat dari semasa ke semasa daripada melihat perumahan sebagai 'tempat tinggal' (shelter) kepada memastikan perumahan disediakan secara mencukupi dan mampu dimiliki oleh pelbagai golongan masyarakat sehinggalah keperluan untuk menikmati persekitaran perumahan yang kondusif, selesa, berkualiti, selamat dan harmoni.

Lebih 188,000 transaksi direkodkan yang bernilai RM84.40 bilion menunjukkan peningkatan lebih 30% dalam bilangan dan nilai berbanding tempoh yang sama tahun lalu, hal ini kerana semua sektor harta tanah mencatatkan pertumbuhan dalam tempoh kajian (tahun ke tahun). Kerajaan lebih memfokuskan kepada perumahan mampu milik yang boleh dimanfaatkan kepada golongan B40 dan M40. Walaupun begitu, tidak dapat dinafikan pelbagai insentif termasuk melalui dasar perumahan negara dilancarkan bagi memudahkan warganegara malaysia yang untuk memiliki rumah pertama dan kediaman sendiri.

Pertambahan penduduk dan peningkatan taraf pendidikan telah menyumbang kepada pertumbuhan golongan pertengahan di dalam negara. Golongan ini sudah mula melihat pemilikan hartanah sebagai suatu keperluan. Tambahan pula kemampuan mereka untuk mendapatkan pinjaman daripada institusi kewangan menjadi lebih mudah. Keadaan ini telah menyebabkan tanah yang dahulunya jauh dari pusat bandar telah dibangunkan bagi tujuan perumahan. Sebagai contoh, kawasan Puncak Alam, Semenyih, Nilai dan Seremban yang dahulunya merupakan kawasan pertanian kini telah menjadi bandar-bandar satelit.

Oleh yang demikian, tanah milik koperasi mempunyai potensi untuk dibangunkan atau dimajukan sebagai pusat komersil dan kawasan perumahan. Ia dapat dilihat melalui tren pemaju-pemaju swasta menggunakan koperasi dalam membangunkan projek hartanah melalui perjanjian usaha sama. Akibat kekurangan ilmu pengetahuan dan pendedahan kepada aktiviti pembangunan hartanah, koperasi sering dimanipulasi oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

Definisi Pemajuan Tanah

Definisi Pemajuan Atau Pembangunan Di Bawah Akta Perancangan Bandar Dan Desa 1976(Akta 172) adalah seperti berikut:

- ✓ Membuat sesuatu perubahan matan (tukar syarat) tentang penggunaan sesuatu tanah atau bangunan.
- ✓ Pecah sempadan dan cantuman tanah
- ✓ Kerja-kerja operasi termasuk kerja bangunan & kerja kejuruteraan seperti meruntuh, mendirikan semula, meluaskan bangunan, tambahan tinggi dan luas, meratakan tanah, menyusun jalan keluar masuk dan sebagainya.



Pertambahan penduduk dan peningkatan taraf pendidikan telah menyumbang kepada pertumbuhan golongan pertengahan di dalam negara. Golongan ini sudah mula melihat pemilikan hartanah sebagai suatu keperluan.

Proses-proses dalam pemajuan tanah untuk sesuatu perumahan pembangunan adalah seperti berikut:

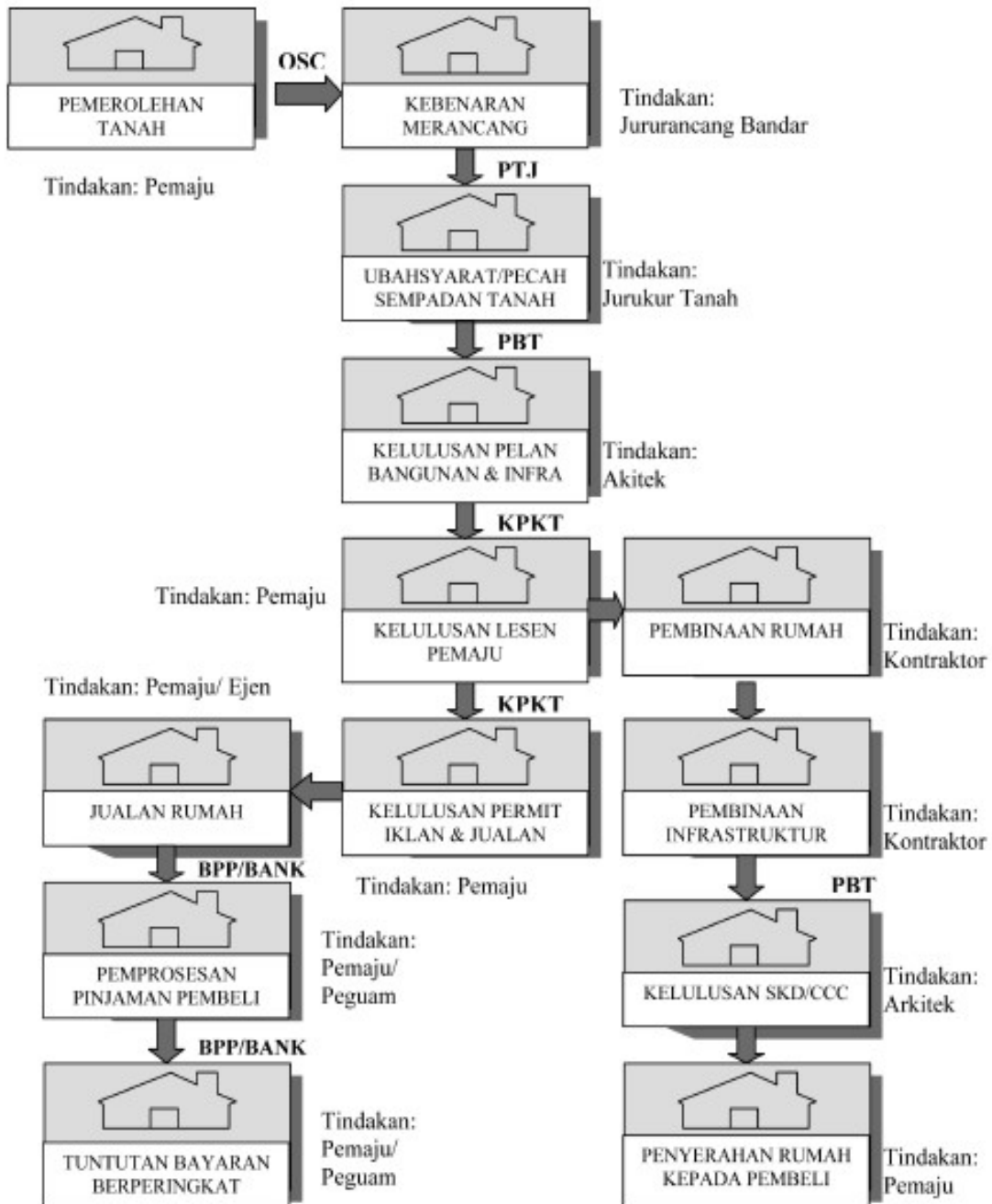
1. Permohonan kebenaran merancang
2. Permohonan ubah syarat dan pecah sempadan tanah
3. Permohonan kelulusan pelan bangunan
4. Permohonan lesen pemajuan perumahan dan permit iklan melalui sistem BLESS
5. Pemasaran dan jualan rumah
6. Permohonan pinjaman perumahan untuk pembeli-pembeli rumah
7. Pembinaan bangunan dan infrastruktur
8. Permohonan bekalan air
9. Permohonan bekalan elektrik
10. Permohonan Sijil Penyiapan dan Pematuhan (CCC)

Proses-Proses Pemajuan Tanah

Proses-proses awalan yang terlibat ialah permohonan Kebenaran Merancang, Ubah Syarat dan Pecah Sempadan bagi tanah tersebut dan Kelulusan Pelan Bangunan.

Mengikut peraturan yang ada, permohonan kebenaran merancang dibuat setelah kelulusan tukar syarat diperoleh dan sebelum proses kelulusan pelan bangunan. Walau bagaimanapun urutan tersebut tidak diguna pakai di kebanyakan Pihak-pihak Berkuasa Negeri (PBN). Proses kebenaran merancang dibuat mendahului proses-proses yang lain. Memandangkan proses-proses ini melibatkan jabatan-jabatan, undang-undang serta tujuan akhir yang sama, kebanyakan PBN membenarkan permohonan-permohonan dibuat secara serentak (melalui Urus setia Pusat Setempat OSC), kecuali kelulusan pelan bangunan. Setelah kelulusan pelan bangunan diperoleh, tindakan seterusnya bagi

pemaju perumahan berlesen ialah permohonan lesen pemaju perumahan serta permit iklan dan jualan. Proses jualan dan pembinaan rumah boleh dijalankan serentak.



Rajah 1: Carta Aliran Proses Pembangunan Perumahan

Proses-proses di atas serta aktiviti-aktiviti kerja lain yang berkaitan adalah seperti mana Carta Aliran Proses Pembangunan Perumahan tersebut.

1. Permohonan Kebenaran Merancang

Kebenaran merancang merupakan kebenaran secara bertulis daripada Pihak Berkuasa Perancang Tempatan (PBPT) dan kelulusan yang diperlukan setelah kelulusan tukar syarat tanah diperoleh, yang mana ia adalah sebelum proses pelan bangunan diteruskan.

Berdasarkan seksyen 2(1) akta perancangan bandar dan desa 1976 (akta 172) kebenaran merancang ialah kebenaran yang diberi dengan atau tanpa syarat untuk menjalankan pemajuan. Kebenaran merancang adalah merupakan alat kawalan perancangan. Sesiapa atau mana-mana pihak yang hendak menjalankan pembangunan hendaklah memperoleh kebenaran merancang terlebih dahulu dan hendaklah mematuhi kebenaran merancang yang diberi kepadanya. Tiada had keluasan tanah yang dikecualikan daripada kebenaran merancang, walaupun tanah tersebut kurang daripada 1 ekar.

Tujuan kebenaran merancang adalah seperti berikut:

- a. Memastikan pemajuan yang dirancang adalah mengikut rancangan pembangunan (rancangan struktur dan rancangan tempatan)
- b. Menjamin keharmonian dan pengendalian alam semula jadi contohnya pemajuan dan penggunaan tanah oleh seseorang individu dan pemaju- pemaju dapat dijalankan dalam keadaan teratur dan tidak menimbulkan masalah seperti pencemaran, mengganggu kesesakan lalu lintas

- c. Menyelaras dan menyeragamkan perancangan dan pembangunan oleh PBT

2. Permohonan Ubah Syarat dan Pecah Sempadan Tanah

Setelah Kebenaran Merancang diperoleh, tanah tersebut mesti ditukarkan syarat kegunaannya dari status asal kepada status kegunaan yang dihajati sama ada perumahan atau komersial atau lot pembangunan bercampur, mengikut Seksyen 145 Kanun Tanah Negara (KTN) 1965. Kelulusan untuk penukaran syarat tanah diperoleh daripada Pihak Berkuasa Negeri melalui Pejabat Tanah Jajahan (PTJ) dan diuruskan oleh Juruukur Tanah Berlesen yang dilantik oleh pemaju.

Selepas penukaran syarat tanah diluluskan, Juruukur Tanah yang tersebut akan menguruskan pula proses pecah sempadan tanah berkenaan kepada lot-lot yang dirancang mengikut susun atur sepertimana surat kelulusan Kebenaran Merancang yang dikeluarkan oleh PBT sebelumnya.

Menurut KTN 1965, mana-mana bidang tanah boleh dipecah sempadankan sekiranya:

- Tiada bantahan daripada mana-mana pemilik berdaftar bagi tanah tersebut.
- Tiada undang-undang lain yang menghalang tanah itu daripada dipecahkan.
- Ada surat kebenaran daripada Pihak Berkuasa Tempatan (PBT).
- Cukai tanah (hasil tanah) bagi tanah tersebut telah dibayar.
- Saiz tanah tidak kurang daripada ½ ekar.
- Bentuk cadangan lot-lot yang dipecahkan sesuai dengan tujuan kegunaannya.
- Mempunyai laluan kebolehcapaian yang menghala ke tanah tersebut.

3. Permohonan Kelulusan Pelan Bangunan

Selepas Hak milik Sementara (QT) dikeluarkan oleh Pejabat Tanah dan batu sempadan ditanam, pemaju sudah bersedia untuk memohon Kelulusan Pelan Bangunan untuk membangunkan tanah tersebut dengan Pihak Berkuasa Tempatan (PBT).

Bagi proses mendapatkan kelulusan pelan bangunan, cadangan pelan bangunan perlu disediakan oleh Arkitek Bangunan Berdaftar atau Pelukis Pelan Berdaftar dan pelan kejuruteraan seperti pelan struktur dan pelan infrastruktur dibuat oleh Jurutera Sivill Bertauliah.

Proses-proses mendapatkan Kelulusan Pelan Bangunan adalah seperti berikut;

- i. Pemaju akan berbincang dengan arkitek bangunan yang dilantik mengenai reka bentuk dan jenis bangunan yang akan dibangunkan
- ii. Arkitek akan menyediakan cadangan pelan bangunan (termasuk susun atur dan lokasi) seperti yang dibincangkan dan disediakan mengikut spesifikasi dan syarat-syarat Undang-undang Kecil Bangunan Seragam (UBBL) 1984, Akta Jalan, Saliran dan Bangunan 1974, Akta Perkhidmatan Bomba 1988 dan Akta Kerajaan Tempatan 1976 dan juga syarat-syarat pihak jabatan-jabatan teknikal seperti berikut:
 - Jabatan Perancang Bandar dan Desa (JPBD)
 - Jabatan Kerja Raya (JKR)
 - Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS)
 - Tenaga Nasional Berhad (TNB)
 - Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) - Majlis Daerah/Majlis Perbandaran
- iii. Jurutera akan menyediakan pelan infrastruktur untuk diserahkan bersama-sama pelan-pelan yang disediakan oleh Arkitek untuk keperluan jabatan-jabatan teknikal yang berikut;
 - Jabatan Alam Sekitar
 - Jabatan Bomba dan Penyelamat
 - Jabatan Bekalan Air Negeri atau Syarikat Pemegang Konsesi
 - Jabatan Perkhidmatan Pembentukan atau Syarikat Pemegang Konsesi
- iv. Pelan-pelan bangunan dan infrastruktur tersebut bersama-sama dengan surat rasmi permohonan yang ditandatangani oleh pemilik dan arkitek/jurutera, Borang A (Jadual Kedua UBBL 1984), bayaran pendaftaran pelan (Jadual Pertama UBBL 1984), salinan resit pembayaran cukai tanah dan salinan-salinan bagi geran-geran tanah yang terlibat akan diserahkan kepada Pusat OSC bagi daerah yang berkaitan. Pihak OSC kemudiannya akan edarkan kepada jabatan-jabatan teknikal yang disebut di atas untuk ulasan teknikal dan kelulusan mereka masing-masing.
- v. Sekiranya tiada pindaan perlu dibuat, setelah diluluskan dalam mesyuarat Jawatankuasa OSC, pihak urus setia akan mengeluarkan surat pemberitahuan kelulusan pembangunan dan memajukan pelan-pelan cadangan

tersebut kepada PBT berkaitan untuk kelulusan akhir.

- vi. Surat Kelulusan Pelan Bangunan dan Infrastruktur akan dikeluarkan oleh PBT yang terlibat kepada pemaju/pemohon yang akan menyatakan semua syarat-syarat yang ditetapkan oleh jabatan-jabatan yang disebutkan di atas bersama dengan caj kelulusan dan pembangunan yang perlu dibayar kepada PBT.
- vii. Selepas pembayaran dibuat, pemaju kemudiannya diberi beberapa set pelan bangunan dan infrastruktur yang diluluskan dan dengan kelulusan itu, pemaju dibenarkan untuk memulakan pembinaan projek tersebut, tertakluk kepada keperluan-keperluan di bawah Akta 118.
- viii. Perlu diambil perhatian di sini bahawa peraturan dan kaedah permohonan kelulusan pelan bangunan mungkin tidak sama bagi sesetengah PBT tetapi mereka semua seragam dalam mematuhi akta dan undang-undang yang terpakai dalam meluluskan pelan-pelan bangunan.

4. Permohonan Lesen Pemajuan Perumahan dan Permit Iklan melalui sistem BLESS.

Semua projek yang mengandungi 4 unit rumah kediaman ke atas perlu memiliki Lesen Pemajuan Perumahan dari Jabatan Perumahan Negara (Bahagian Perlesenan Pemaju Perumahan) Kementerian Kesejahteraan Bandar, Perumahan dan Kerajaan Tempatan.



APDL merupakan permit jualan dan lesen pembangunan perumahan, seperti yang telah ditetapkan dalam Akta Pembangunan Perumahan (Kawalan dan Pelesenan) 1966 (Akta 118)

Berkuat kuasa mulai 1hb April 2013, Jabatan Perumahan Negara (JPN) telah melaksanakan inisiatif semakan semula lesen perniagaan di bawah program yang dikenali sebagai FGBPR (Focus Group on Business Process Re-engineering in Business License). Melalui inisiatif ini semua permohonan baru dan pembaharuan lesen dan permit harus dibuat secara atas talian sepenuhnya melalui portal BLESS termasuk mekanisme penghantaran, pemprosesan dan kelulusan permohonan tanpa perlu mengemukakan salinan 'hard-copy' dokumen sokongan.

Sebelum permohonan lesen atau permit boleh dibuat, pemaju perlu terlebih dahulu berdaftar dengan BLESS, yang akan melibatkan dua peringkat tindakan iaitu:

- a. mendaftar wakil syarikat yang akan bertanggung jawab sebagai pengguna atau pentadbir utama (main administrator) dalam sistem BLESS.
- b. pendaftaran syarikat yang diwakilinya (syarikat pemajuan perumahan).

5. Pemasaran dan Jualan Rumah

Setelah Lesen Pemajuan diluluskan, pemaju juga dikehendaki memohon Permit Jualan dan Iklan daripada Kementerian Perumahan untuk membolehkan mereka mengiklankan dan seterusnya menjual rumah yang dibina kepada

orang ramai secara sah. Permit Jualan dan Iklan tersebut juga hanya sah dalam tempoh dua tahun daripada tarikh kelulusan. Selepas tamat tempoh tersebut sekiranya projek perumahan gagal disiapkan oleh pemaju, mereka dikehendaki memohon penyambungan permit iklan dan jualan.



ASAL NO:

AKTA PEMAJUAN PERUMAHAN (KAWALAN PELESENAN) 1966
PERATURAN-PERATURAN PEMAJUAN PERUMAHAN (KAWALAN DAN PELESENAN) 1989
 Peraturan 3(6) dan Peraturan 5(4)

LESEN PEMAJUAN PERUMAHAN & PERMIT IKLAN DAN JUALAN

Nama Pemaju Perumahan:
 Alamat Berdaftar:

Dengan ini diberikan Lesen Pemajuan Perumahan di bawah Seksyen 5, Akta Pemajuan Perumahan (Kawalan Dan Pelesenan) 1966 dan Permit Iklan dan Jualan di bawah Peraturan 5, Peraturan-Peraturan Pemajuan Perumahan (Kawalan Dan Pelesenan) 1989 untuk menjalankan pemantauan perumahan di atas tanah seperti yang dinyatakan di bawah:

Nama Pemajuan Perumahan:

No. Lot:		
*Bandar/ Pekan/ Mukim:	Daerah:	Negeri:
Jenis Bangunan		Bil. Unit
1. RUMAH BERKEMBAR		
Lampiran	1	

Tertakluk kepada syarat-syarat berikut:

Jenis Iklan	Tarikh Kelulusan
Brosur	
Akhbar	
Papan Tanda	
Internet	
Cakera Padat Video	

Jenis Iklan	Tarikh Kelulusan
Televisyen	
Radio	
Pawagam	
Lain-lain (sila nyatakan)	

Pemaju perumahan dikehendaki untuk mengemakan satu salinan 'Garis panduan Bagi Pembeli Rumah' kepada setiap pembeli sebelum menandatangani perjanjian (salinan garis panduan dikembarkan).

Syarat-syarat lain:

Butir-butir Lesen Pemajuan Perumahan & Permit Iklan Dan Jualan No. Lesen: No. Permit: Sah untuk tahun dari hingga	b.p : Pengawal Perumahan Tarikh :
---	--

Rajah 2: Contoh APDL

APDL ialah singkatan bagi *Advertising Permit and Developer License*, atau dalam Bahasa Malaysia ialah Lesen Permit Pengiklanan Pembangunan.

Ini bermaksud ia adalah keperluan perundangan untuk pemaju, jika mereka ingin menjalankan atau menyempurnakan penjualan salah satu atau keseluruhan unit dalam sesebuah projek.

APDL merupakan permit jualan dan lesen pembangunan perumahan, seperti yang telah ditetapkan dalam Akta Pembangunan Perumahan (Kawalan dan Pelesenan) 1966 (Akta 118). Ini menjadikannya satu bahagian penting dalam proses pembangunan hartanah.

Pemaju-pemaju boleh memasarkan produk-produk mereka melalui kaedah-kaedah berikut;

- Iklan – Mempromosi projek perumahan mereka melalui saluran radio, TV, akhbar, brosur, *billboard*, *banner* dan banting. Semua iklan yang dibuat, kecuali radio dan TV adalah tertakluk kepada Peraturan Pemajuan Perumahan (kawalan dan Perlesenan) 1989 Perkara 5 (1) dan Undang-undang kecil Iklan PBT yang diwujudkan di bawah Seksyen 102(c) Akta Kerajaan Tempatan 1976 (Akta 171).
- Ejen Pemasaran – Menggunakan agen berlesen atau promoter untuk mendapatkan pembeli dengan dibayar komisen kira-kira 1%-2% daripada harga jualan.
- Pameran – Menyertai pameran perumahan seperti Ekspo Hartanah MAPEX atau membuka kaunter pemasaran di pasar raya atau pejabat-pejabat kerajaan.
- Taklimat Jualan – Memberi taklimat jualan kepada kumpulan sasaran di premis kerajaan

seperti balai polis, hospital, dan kem-kem tentera.

- E-Pemasaran di Laman web pemasaran hartanah – Mengiklankan projek mereka dalam laman-laman web pemasaran hartanah khusus yang popular seperti www.iproperty.com.my, www.propertyguru.com.my dan laman-laman web pemasaran lain (bercampur) yang popular ialah di www.mudah.my, www.mesra.net, dan www.yellowpages.com.my.
- E-Pemasaran melalui Facebook - Kaedah pemasaran Internet *viral* yang paling popular, murah dan paling berkesan masa kini.

6. Permohonan Pinjaman Perumahan untuk Pembeli-pembeli Rumah

Kebanyakan penduduk di negara ini tidak berupaya untuk membeli sesebuah rumah secara tunai, maka mereka memerlukan pinjaman perumahan bagi membiayai pembelian tersebut dan membayar balik pinjamannya beransur-ansur secara bulanan dalam tempoh yang tertentu.

Terdapat dua jenis pinjaman yang boleh dipohon oleh bakal-bakal pembeli rumah di Malaysia;

- Pinjaman Perumahan Perbendaharaan Malaysia – hanya untuk kakitangan kerajaan sahaja.
- Pinjaman Perumahan Bank – untuk semua pembeli rumah yang layak.

7. Pembinaan Bangunan dan Infrastruktur

Selepas Lesen Pemajuan dikeluarkan oleh KPKT, pemaju kini boleh memulakan pembinaan projek perumahan tersebut. Kaedah-kaedah popular yang dilaksanakan bagi pembinaan projek adalah seperti berikut;

- Melaksanakan pembinaan keseluruhan bangunan dengan sendiri kecuali kerja-kerja ikhtisas seperti perpaipan air dan pendawaian elektrik.
- Mengeluarkan tender pembinaan keseluruhan projek kepada kontraktor bangunan yang lain.
- Pemaju menyerahkan kerja pembinaan bangunan secara kontrak upah kerja kepada subkontraktor binaan dengan bahan-bahan bina disediakan oleh pemaju.

Bagi pembangunan projek-projek bersaiz kecil, kaedah yang ketiga adalah paling popular kerana pemaju akan mendapat keuntungan yang lebih baik dan kemajuan projek akan lebih terkawal.

Pembinaan kerja-kerja infrastruktur seperti jalan, bekalan air dan elektrik biasanya disubkontrakkan kepada syarikat-syarikat khusus yang berlesen dalam bidang tersebut.

8. Permohonan Bekalan Air

Apabila pembinaan perumahan itu telah mencapai ke peringkat 80% serta semua kerja-kerja saluran telah siap, sistem retikulasi bekalan air kini sedia untuk dipasang. Tetapi sebelum kerja pemasangan paip boleh dijalankan, satu kelulusan perlu diperoleh daripada pihak syarikat pemegang konsesi air yang berkaitan (SYABAS/AKSB/SATU dll) yang perlu dibuat melalui Jurutera Sivil Bertauliah. Permohonan biasanya perlu dibuat 3 bulan sebelum tarikh bekalan yang sepatutnya diperlukan.





Sebelum menyerahkan dokumen permohonan sebenar, jurutera perlu meminta syarikat konsesi tersebut melakukan ujian tekanan air di tapak yang dicaj sebanyak RM300. Dengan keputusan ujian itu jurutera akan menyediakan Laporan Pengiraan Hidraulik untuk sistem cadangan dan akan menyerahkan laporan itu bersama dengan dokumen-dokumen berikut untuk kelulusan mereka;

- Pelan Susun atur Retikulasi Air
- Pelan Butiran Retikulasi Air
- Pelan Skematik Luaran Retikulasi Air dan Skematik Kerja Paip Dalaman
- Salinan Borang Permohonan Bekalan Air

Untuk makluman, prosedur serta syarat-syarat permohonan dan kelulusan bekalan air di semua negeri adalah lebih kurang sama dengan keterangan di atas kerana telah diselaraskan bagi mematuhi Akta Industri Perkhidmatan Air 2006 (Akta 655).

9. Permohonan Bekalan Elektrik

Sama seperti bekalan air, bekalan elektrik juga perlu disambungkan apabila pembinaan projek sampai ke peringkat 80% siap. Bagi mendapatkan bekalan itu, permohonan perlu dibuat kepada Tenaga Nasional Berhad (TNB) di kawasan berkenaan melalui khidmat Jurutera M&E (Mechanical and Electrical Engineers) yang bertauliah. Bagi projek perumahan yang keluasanya melebihi lima ekar, permohonan hendaklah dibuat secara dalam talian atau dipanggil 'e-Application'.

Permohonan harus disertakan dengan dokumen-dokumen seperti berikut;

- Pelan susun atur projek yang diluluskan.
- Pandangan depan Bangunan dan Pelan pendawaian elektrik.
- Borang A- Permohonan Bekalan Elektrik
- Salinan Geran untuk Tapak Pencawang (jika ada).

Bagi menjamin bekalan elektrik disambung pada masa yang tepat, permohonan hendaklah dibuat sekurang-kurangnya

3-5 bulan sebelum tarikh bekalan diperlukan. Pemaju juga dinasihatkan menandatangani perjanjian dengan TNB yang dipanggil 'Service Level Agreement' sebaik saja permohonan dibuat.

Setelah semuanya memenuhi syarat, TNB kemudiannya akan mengeluarkan surat kelulusan kepada pemaju dengan syarat-syarat seperti bayaran sumbangan dibuat di atas kadar RM450 bagi setiap rumah yang dibina dan arahan supaya membina sebuah bangunan pencawang, jika perlu. Jika melibatkan kerja penanaman kabel, caj tersebut juga akan ditanggung oleh pemaju.

10. Permohonan Sijil Penyiapan dan Pematuhan (CCC)

Selepas bangunan-bangunan dan infrastruktur siap dibina, dengan bekalan air dan elektrik tersedia untuk disambungkan ke rumah-rumah terlibat, pemaju akan memohon kepada Arkitek Perunding yang bertanggungjawab untuk mengeluarkan Sijil Penyiapan dan Pematuhan/Certificate of Completion and Compliance (CCC) bagi projek tersebut untuk membolehkan projek tersebut diserahkan kepada pembeli.

Penutup

Pematuhan kepada semua aspek perundangan dan peraturan yang berkaitan dengan pemajuan perumahan adalah amat penting bagi memastikan projek perumahan dilaksanakan secara teratur, mengikut jadual pelaksanaan dan spesifikasi yang ditetapkan. Sekiranya undang-undang, dasar dan peraturan tidak dilaksanakan dengan berkesan, ia akan menjejaskan sistem penyampaian sektor perumahan. Melalui Dasar Perumahan Negara (DRN), penyelarasan dan pelaksanaan dasar yang melibatkan

pelbagai agensi akan dipertingkatkan. Sementara itu, keupayaan dan kecekapan sistem penyampaian perumahan melalui pemantauan dan penguatkuasaan undang-undang yang berkesan seperti pelaksanaan One Stop Centre (OSC), Certificate of Completion and Compliance (CCC) dan konsep Bina Kemudian Jual (BKJ) juga akan dipertingkatkan.

Bagi melahirkan pemaju-pemaju yang berpengetahuan, pihak-pihak yang bertanggungjawab perlu mengadakan banyak lagi kursus-kursus yang relevan dengan perniagaan ini dan mengenai tatacara pengurusan yang baik. Institut Koperasi Malaysia di bawah Sektor Hartanah dan Industri Pembinaan (COOP-SHIP) menyediakan bengkel-bengkel seperti berikut:

1. Potensi dan Peluang dalam Sektor Hartanah dan Industri Pembinaan
2. Bengkel Kajian Kemungkinan dalam Sektor Hartanah dan Industri Pembinaan
3. Persediaan Sebagai Pemaju
4. Penilaian Perincian Awal Kos Projek (Pda)
5. Penyediaan Penilaian Sumber Dana Projek Hartanah
6. Kerjaya Perunding Hartanah Bersama Koperasi
7. Strategi Perundingan dan Pemasaran dalam Bisnes Hartanah
8. Teknologi Pembinaan dalam Projek Hartanah
9. Pengurusan Projek dalam Pembinaan
10. Perundangan Hartanah: Kanun Tanah Negara dan Pentadbiran Tanah di Bawah Pihak Berkuasa Negeri
11. Perundangan Hartanah: Hak Milik Strata

Bengkel-bengkel tersebut dikendalikan oleh pengamal-pengamal industri (SME) yang telah dilantik oleh IKMa.

PENGURUSAN PANGKALAN DATA PELANGGAN DALAM PERNIAGAAN SPA



Noranita Mohd Nor

Pusat Pengurusan Perniagaan
noranita@ikma.edu.my

Pengenalan

Pangkalan data (*database*) pelanggan dalam perniagaan spa merupakan satu sistem yang menghimpunkan maklumat peribadi berkaitan kecantikan dan kesihatan pelanggan. *Database* pelanggan merupakan aset terpenting dan berharga buat pengusaha spa. Ia merupakan perkara asas yang perlu diambil kira sebelum menawarkan sebarang pakej spa atau perkhidmatan berasaskan kecantikan dan kesihatan kepada pelanggan. *Database* pelanggan spa sangat penting bagi memastikan perniagaan spa kekal stabil untuk jangka masa panjang.

Melalui *database* ini pelbagai idea kreatif berkaitan strategi pemasaran boleh dilaksanakan bagi mempromosikan perkhidmatan yang ditawarkan di spa. Dalam perniagaan spa, pelanggan suka diingati, dipuji dan disajikan dengan penawaran perkhidmatan pakej spa yang baru dan terkini secara konsisten. Semakin banyak *database* pelanggan yang dikumpul semakin kukuh dan berharga perniagaan kita. Pengurusan *database* pelanggan yang sistematik menjadi kunci kejayaan kepada perniagaan spa.

Usaha mendapatkan *database*, penggunaan borang konsultasi pelanggan amat penting dalam perniagaan spa. Borang konsultasi boleh dilakukan secara dalam talian

untuk mengumpul data pelanggan sebelum mereka hadir ke spa. Maklumat pelanggan perlu diambil secara terperinci seperti butiran diri, sejarah atau keadaan kesihatan terkini. Dalam situasi norma baharu, maklumat berkaitan gejala COVID-19 sangat mustahak perlu diambil sebelum pelanggan tiba di spa.

Kepentingan Database Pelanggan Spa

Kepentingan *database* pelanggan spa adalah seperti berikut:-

a. Penjimatan kos dan masa

Sebagai pengusaha spa, kita boleh menjual perkhidmatan atau produk spa kepada pelanggan sedia ada terutamanya yang pernah menerima perkhidmatan kita. Ia lebih mudah berbanding dengan prospek baru kerana perkhidmatan yang kita tawarkan sebelum ini telah pun dikenali dan diyakini oleh pelanggan sedia ada. Kaedah 'Short Promotion Campaign' sangat berguna



Sebagai pengusaha spa kita perlu membuat pengumpulan *database* pelanggan sebelum mereka hadir mendapatkan rawatan. Ini boleh dilaksanakan melalui kaedah konsultasi secara dalam talian. Konsultasi secara dalam talian boleh dijalankan menggunakan Google form atau Jotform.

jika kita mempunyai *database* pelanggan yang banyak. Sebagai contoh 'Promosi Sempena Pembukaan Semula Spa', tempoh promosi kita anggarkan berlangsung selama satu hari sahaja. Bayangkan jika kita mempunyai 2,000 *database* pelanggan dan membuat hebahan tentang promosi sempena pembukaan spa. Jika 10% daripada 2000 *database*, kita boleh mencapai sehingga 200 orang pelanggan yang akan mendapatkan promosi ini. Selalunya capaian akan lebih tinggi kerana pelanggan sedia ada sudah mengenali dan mempercayai spa kita.

b. Sasaran pasaran yang jelas

Kita akan lebih jelas mengenali sasaran pasaran dan pelanggan sebenar melalui *database* yang diperolehi daripada borang konsultasi spa secara *dalam talian*. Melalui cara ini kita dapat mengetahui dengan tepat sasaran pelanggan kita. Berdasarkan *database* yang dikumpulkan, kita boleh membuat analisis ringkas untuk mengetahui apakah keperluan, kehendak dan kemahuan pelanggan spa. Jika kita mempunyai *database* yang lebih terperinci dan tepat, maka lebih banyak data yang boleh digunakan dalam merangka strategi pemasaran yang lebih bersasar pada masa akan datang.

c. Analisis rekod jualan

Menerusi *database* pelanggan yang sedia ada, kita boleh melihat gambaran sebenar *pattern* jualan produk dan perkhidmatan yang ditawarkan di spa melalui hasil jualan. Kita dapat mengetahui jumlah dan jenis pakej yang diambil dan dibelanjakan oleh setiap pelanggan. Seterusnya, memudahkan kita mengenal pasti trend dan merangka sasaran jualan kepada pelanggan yang berpotensi melalui strategi pemasaran yang efektif.



d. **Engagement**

Database pelanggan boleh digunakan untuk membuat *engagement* dan mengekalkan hubungan antara pelanggan dan juga spa. Kuasa membeli datangnya daripada pelanggan yang telah mengenali perniagaan kita berbanding dengan orang yang belum mereka kenali. Pelanggan lebih suka membeli atau mendapatkan perkhidmatan di spa yang biasa mereka pergi. Sebagai pengusaha spa kita perlu membina dan mengekalkan hubungan baik dengan pelanggan supaya mereka lebih mengenali dan sentiasa dekat dengan kita. Sebagai contoh, kita boleh berkongsi tips kecantikan dan penjagaan diri kepada pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keyakinan dan kepercayaan pelanggan terhadap perkhidmatan spa kita. *Engagement* juga boleh dilaksanakan menerusi platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp atau e-mel. Hubungan yang baik dan kukuh merupakan kunci utama pelanggan kekal setia dengan perkhidmatan dan produk kita.

e. **Penggandaan *Database* Pelanggan**

Kebanyakan pelanggan yang berpuas hati, percaya dan yakin dengan perkhidmatan spa yang

diberikan akan mengesyorkan pula perkhidmatan yang ditawarkan kepada kenalan rapat mereka. Sehubungan itu, *database* pelanggan sedia ada dapat diperolehi dengan mudah tanpa mengeluarkan kos pemasaran yang tinggi. Secara tidak langsung ia dapat membantu pengusaha spa meningkatkan jumlah *database* pelanggan sedia ada.

Kaedah Pengumpulan *Database* Pelanggan

Sebagai pengusaha spa kita perlu membuat pengumpulan *database* pelanggan sebelum mereka hadir mendapatkan rawatan. Hal ini boleh dilaksanakan melalui kaedah konsultasi secara dalam talian. Konsultasi secara dalam talian boleh dijalankan menggunakan *Google form* atau *Jotform*. Kita juga perlu memastikan maklumat pelanggan diambil secara terperinci seperti butiran diri, sejarah atau keadaan kesihatan terkini. Dalam pendekatan norma baharu, maklumat berkaitan gejala COVID-19 perlu dimasukkan di dalam borang *dalam talian* tersebut supaya saringan awal dapat dibuat sebelum pelanggan tiba di spa kita. Data pelanggan yang perlu kita ketahui adalah seperti di Jadual 1 berikut:

Jadual 1: Soalan Konsultasi *Online*

Maklumat	Perkara	Perincian
Maklumat Peribadi	Maklumat Pelanggan	1. Pelanggan Baru 2. Pelanggan Sedia Ada
	No. Keahlian	No.____
	Nama Penuh	Gelaran>Nama Pertama>Nama Terakhir
	Alamat Email	
	Alamat Rumah	
	Nombor telefon	
	Tarikh Lahir	
	Nama Facebook/Instagram/Twitter/Linkedin	
	Pekerjaan	
	Organisasi	
	Taraf Perkahwinan	1. Bujang 2. Berkahwin 3. Ibu Tunggal 4. Berceraai
	Bekerja dari rumah	1. Ya 2. Tidak 3. Lain-lain
	Bagaimanakah anda mengetahui tentang kami?	1. Website 2. Facebook 3. Instagram 4. Google Search 5. Flyers 6. Keluarga 7. Diperkenalkan oleh rakan
Maklumat Rawatan	Apakah jenis rawatan yang anda inginkan?	1. Rawatan Muka 2. Rawatan Badan 3. Rawatan Kaki dan Tangan 4. Urutan/Massage



Maklumat	Perkara	Perincian
Maklumat COVID-19	Adakah anda mempunyai simptom berikut?	<ol style="list-style-type: none"> Demam Selsema Batuk Sakit Tekak Sesak nafas Tiada sebarang simptom
	Adakah anda pernah di kuarantin?	<ol style="list-style-type: none"> Tidak Ya, Nyatakan Tarikh
	Adakah anda baru balik daripada kawasan Zon Merah/ Luar Negara?	<ol style="list-style-type: none"> Tidak Ya, Nyatakan Tarikh
	Adakah anda pernah disahkan positif COVID-19?	<ol style="list-style-type: none"> Tidak, Negatif Jika YA, Nyatakan Tarikh akhir Kita Disahkan Negatif Covid-19
	Adakah anda sudah mendapat vaksin COVID-19 yang lengkap?	<ol style="list-style-type: none"> Ya, Lengkap Dos vaksinasi Dos Pertama Belum menerima sebarang vaksin
Maklumat Kesihatan	Berat badan	__kg
	Ketinggian	___cm
	Adakah anda mempunyai keadaan kesihatan seperti berikut:	<ol style="list-style-type: none"> Thrombosis Kencing Manis Jantung Buah Pinggang Asma Insomnia Darah Rendah Darah Tinggi Tiada Lain-lain, Nyatakan:
	Adakah anda mempunyai alergic/ alahan	<ol style="list-style-type: none"> Tidak Ya, Nyatakan
	Pernahkah anda mengalami kecederaan, pembedahan atau kemalangan?	<ol style="list-style-type: none"> Tidak Ya, Nyatakan
	Adakah anda sedang mengandung?	<ol style="list-style-type: none"> Tidak Ya, Nyatakan berapa bulan
	Adakah anda mengambil sebarang vitamin atau makanan tambahan	<ol style="list-style-type: none"> Ya Tidak
	Apakah jenis senaman yang anda lakukan?	<ol style="list-style-type: none"> Jogging Zumba Berbasikal Berjalan Gym Yoga Berenang Jarang Bersenam Tidak Bersenam

Sebelum mendapatkan rawatan di spa, konsultasi secara *dalam talian* amat penting bagi setiap pelanggan. Hal ini bagi memastikan rawatan yang diterima oleh pelanggan tidak memberi kesan sampingan kepada mereka. Oleh sebab itu, maklumat berkaitan jenis rawatan, COVID-19 dan kesihatan pelanggan memainkan peranan penting dalam pemilihan produk yang akan digunakan dalam setiap rawatan yang diambil oleh mereka.

Data pelanggan ini juga membolehkan pengusaha spa mengetahui sejarah rawatan yang pernah diterima oleh pelanggan dan juga boleh mengingatkan pelanggan untuk menerima rawatan pada sesi perkhidmatan yang akan datang melalui applikasi Whatsapp, Telegram, E-mel atau pun telefon.

Secara tidak langsung ini akan mendekatkan kita dengan pelanggan dan seterusnya mampu meningkatkan jualan produk dan perkhidmatan spa.

Penyediaan Database Pelanggan di Google Form

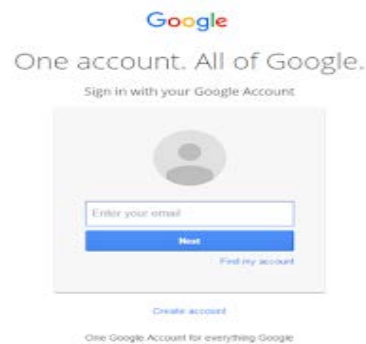
Google Forms menyediakan kaedah yang cepat untuk membina soalan konsultasi secara dalam talian. Maklum balas daripada pelanggan akan dikumpulkan dalam sebuah *spreadsheet* secara online. Pengusaha spa boleh memuat naik soalan konsultasi dan menjemput pelanggan untuk mengisi *database* melalui e-mel. Pelanggan boleh menjawab soalan dari hampir semua jenis pelayar web, termasuk pelayar mobile di telefon pintar dan tablet. Kita boleh melihat setiap maklum balas dalam satu baris dari *spreadsheet* dengan setiap soalan yang dipaparkan dalam ruang.

Berikut adalah langkah- langkah menggunakan *Google Forms*:

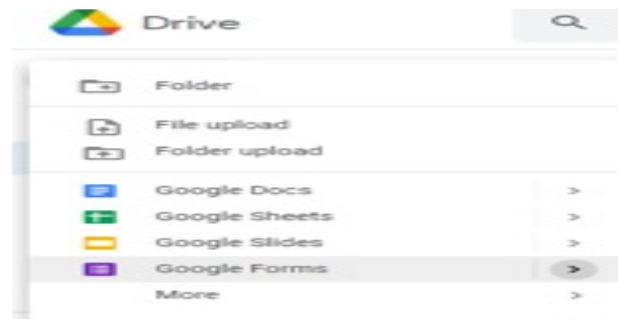
Langkah 1: Buka *Google.com* dan tekan simbol “*Google Apps*”. Tekan di applikasi “*Drive*”



Langkah 2: *Login* ke akaun Google.

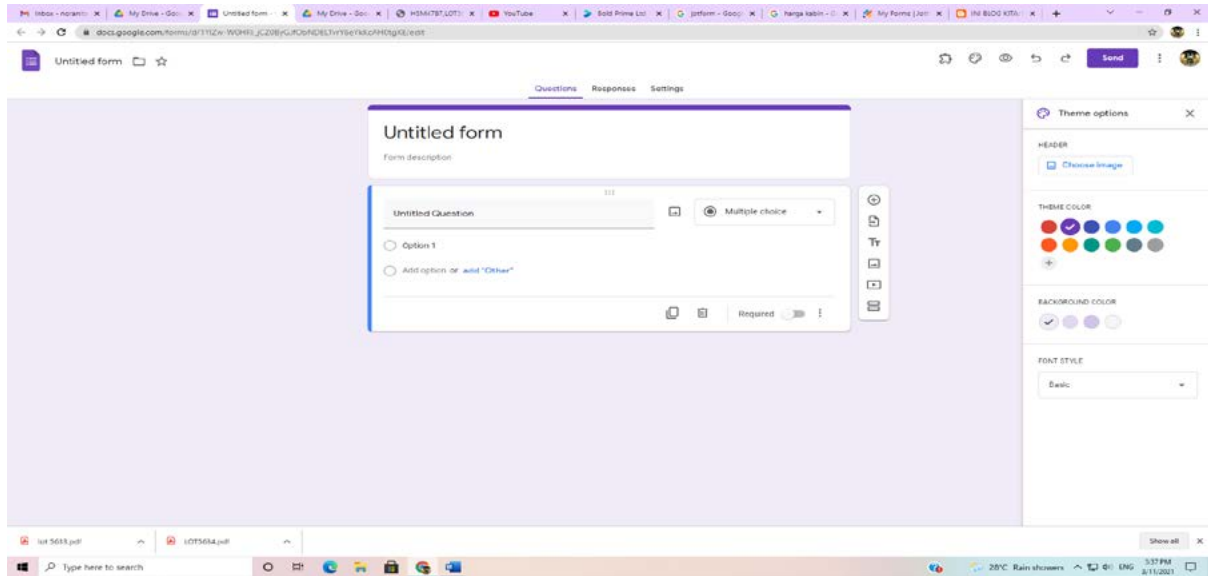


Langkah 3: Tekan “*New* dan pilih “*Google Form*”

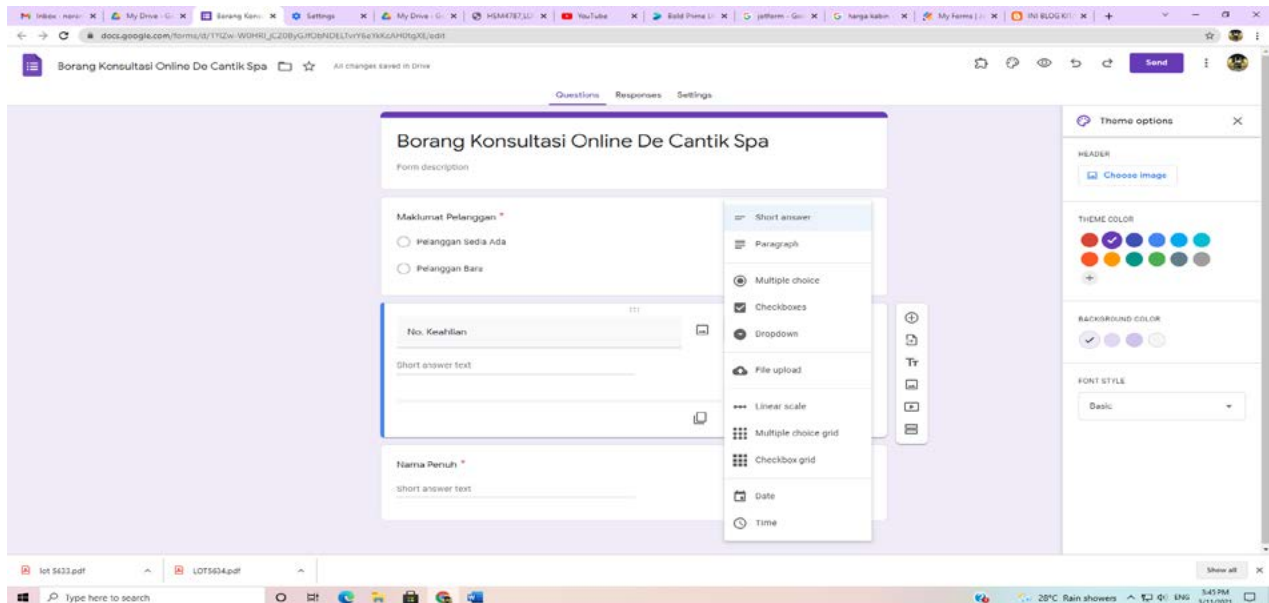


Pengisian ke dalam borang akan dimasukkan ke dalam *Google Spreadsheet*. Setelah borang dibuat, kita boleh mengakses borang melalui hasil *Spreadsheet*.

Langkah 4: Beri label, identiti atau namakan borang kita dan kemudian pilih "Theme". Tekan "OK" jika sudah selesai. Kita mempunyai pilihan untuk memasukkan gambar atau video ke dalam borang.



Langkah 5: Sekarang kita mempunyai pilihan untuk memasukkan keterangan *form* dan mula membuat soalan.



Langkah 6: Memasukkan *item*

- a) Add question
- b) Import questions
- c) Add title and description
- d) Add image
- e) Add video
- f) Add section

- a. *Add question*: Memasukkan soalan pada borang konsultasi.
- b. *Import question*: Memasukkan soalan daripada borang terdahulu.
- c. *Add title and description*: Memasukkan tajuk dan penerangannya.
- d. *Add image*: Untuk memasukkan gambar ke dalam *form* kita. Teks yang dimasukkan akan muncul di atas gambar jika *mouse* diarahkan.
- e. *Add video*: Memasukkan video klip ke dalam *form* kita. Video daripada YouTube juga boleh digunakan untuk ciri-ciri ini.
- f. *Add section*: Ia boleh digunakan untuk memisahkan *survey* yang kita buat supaya lebih mudah untuk diisi.

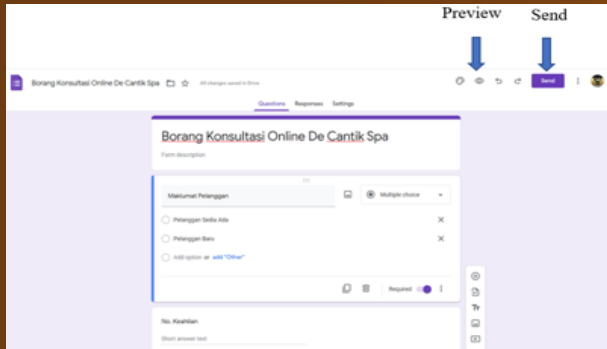
Langkah 7: Kita mempunyai pilihan sebanyak 11 jenis pertanyaan untuk dipilih. Pertanyaan yang kita pilih adalah bergantung pada data yang ingin kita kumpulkan dari borang kita.



Deskripsi Pertanyaan :

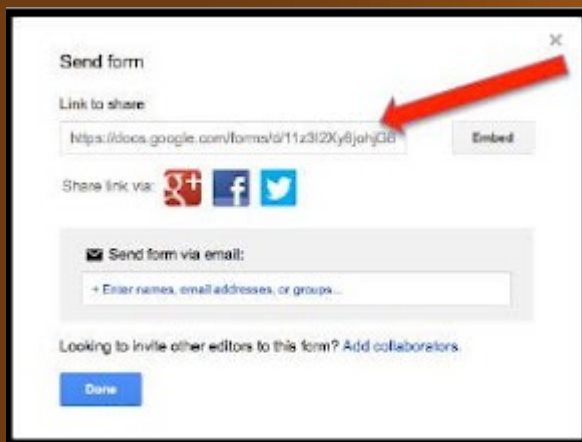
- a. *Short answer* : Pelanggan memberikan jawapan pendek.
- b. *Paragraph* : Pelanggan memberikan jawapan yang lebih panjang .
- c. *Multiple choice*: Pelanggan memilih satu pilihan dari sekian opsyen yang kita sediakan
- d. *Checkboxes*: Pelanggan memilih opsyen sebanyak yang mereka inginkan.
- e. *Dropdown*: Pelanggan memilih satu opsyen dari *dropdown* menu.
- f. *File upload*: Pelanggan akan memuat naik dokumen yang diperlukan.
- g. *Linear scale*: Pelanggan memberikan *ranking* pada sesuatu melalui skala dalam bentuk angka (Contohnya skala 1 -5)
- h. *Multiple Choice Grid*: Pelanggan memilih *point* daripada pilihan yang disediakan.
- i. *Checkbox Grid*: Pelanggan memilih *point* daripada kotak yang disediakan.
- j. *Date*: Pelanggan menggunakan penanda kalendar untuk memilih tarikh.
- k. *Time*: Pelanggan memilih waktu dan tempoh masa yang tertentu.

Langkah 8: Gambaran keseluruhan borang



Kita boleh klik di bahagian yang tertulis *preview* untuk melihat keseluruhan gambaran borang yang dibangunkan. Apabila sudah selesai membuat soalan, tekan "*Send Form*".

Langkah 9: Hantar borang kepada pelanggan
 Pandangan ini akan muncul setelah kita klik "Send Form". Selepas itu, mudah sahaja hanya masukkan link form dan hantar kepada pelanggan borang konsultasi tersebut.



Langkah 10: Borang yang telah dilengkapkan
 Borang yang telah diisi oleh pelanggan akan muncul dan dikategorikan di dalam *spreadsheet* seperti gambar di bawah ini.



Google forms juga boleh diintegrasikan (*Embed*) bererti kita boleh menggunakan *Google forms* di laman web kita. Pengunjung web boleh memasukkan nama dan maklumat yang diperlukan. Secara automatik, data tersebut akan terus masuk ke dalam *spreadsheet* yang telah di tetapkan sebelumnya.

Seterusnya, *Google forms* juga sesuai digunakan untuk membuat kaji selidik seperti tahap kepuasan pelanggan dan sebagainya. Penyediaan soal selidik atau borang konsultasi di *Google forms* adalah sangat mudah dan cepat untuk disediakan.

Penutup

Database pelanggan memainkan peranan yang sangat penting dalam operasi perniagaan spa yang sedang kita jalankan. Lebih banyak data yang kita dapat, lagi berkesan sesuatu *database* pelanggan itu. Perkongsian artikel ini diharapkan dapat membantu perniagaan spa menyediakan borang *database* pelanggan tanpa perlu mengupah orang lain untuk membangunkannya. Ia sangat mudah dan boleh digunakan pada bila-bila masa. Oleh itu, kita sebagai pengusaha spa seharusnya menggunakan sistem pengurusan data secara sistematik dalam usaha meningkatkan jualan produk dan perkhidmatan perniagaan spa.

PULANGAN MANFAAT ANGGOTA ASAS KELANGSUNGAN KOPERASI

Frank Meol

Institut Koperasi Malaysia Zon Sarawak
frank@ikma.edu.my

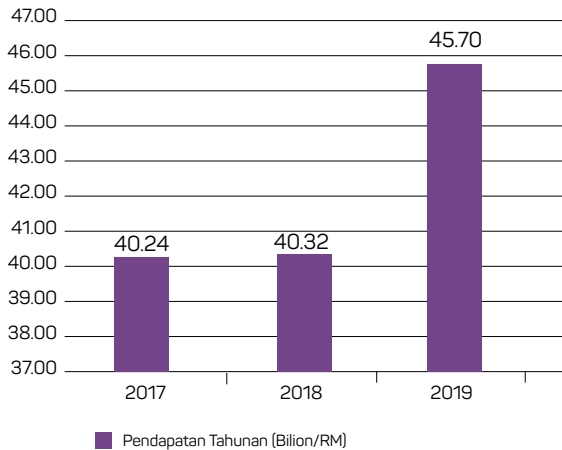
Pengenalan

Anggota merupakan unit terpenting di dalam koperasi yang memainkan peranan sangat signifikan kepada pembangunan koperasi bermula daripada perkongsian modal, pembuatan keputusan sehingga menyokong perniagaan dijalankan. Koperasi dalam masa yang sama bertanggungjawab untuk mengembalikan semula kesetiaan anggota dalam pelbagai bentuk sama ada secara kewangan ataupun manfaat kebajikan. Sebagai sebuah entiti sosioekonomi, koperasi menekankan manfaat ataupun pulangan kepada anggota sebagai perkara pertama berbanding memfokuskan kepada keuntungan semata-mata.

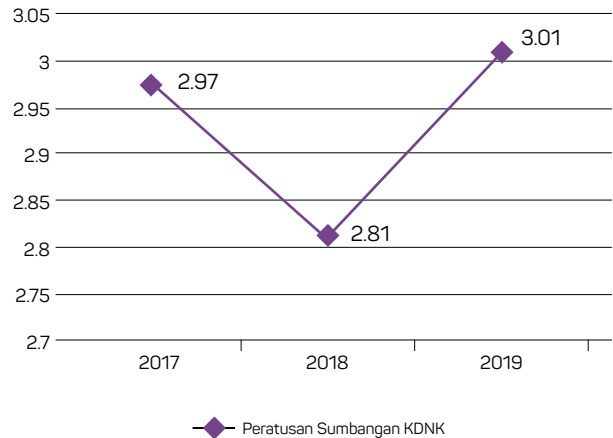
Walau bagaimanapun sehingga kini masih wujud koperasi yang gagal memulangkan sebarang bentuk manfaat kepada anggotanya menyebabkan motivasi anggota untuk terus berkoperasi berkurangan.

Isu dan Cabaran Semasa Koperasi

Walaupun gerakan koperasi telah bertapak hampir seabad di negara kita, namun saban tahun sektor tersebut masih berhadapan dengan pelbagai isu dan cabaran antaranya mendapatkan idea perniagaan baru, mengekalkan perniagaan sedia ada, mengimbangi di antara kejayaan perniagaan dengan pulangan kepada



Rajah 1: Perbezaan Pendapatan Sektor Koperasi di Malaysia Bagi Tahun 2017-2019



Rajah 2: Peratusan Sumbangan KDNK Sektor Koperasi di Malaysia Bagi Tahun 2017 - 2019

anggota bahkan kebanyakannya masih jauh untuk memperkasa perniagaan koperasi kepada satu tahap yang berimpak tinggi. Sumbangan sektor tersebut kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) negara yang masih rendah dan hanya menunjukkan sedikit peningkatan dari tahun ke tahun membuktikan sektor tersebut belum berada pada kedudukan yang boleh dibanggakan. Sehingga 31 Disember 2019 sektor koperasi hanya menyumbang RM45.7 bilion ataupun sekitar 3 peratus kepada KDNK negara (Statistik Suruhanjaya Koperasi Malaysia 2020 & Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020).

Dari perspektif pengurusan dan keanggotaan pula, isu-isu berkaitan kesilapan pengurusan, tiada keistimewaan berkoperasi dan kurang manfaat menjadi anggota masih menjadi isu untuk diperdebatkan. Kajian yang dijalankan oleh Najmah et. Al (2012) menunjukkan 26 peratus ataupun 13 koperasi yang terlibat di bidang fungsi perumahan gagal memberi dividen manakala Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MEDAC) mengenal pasti 3,200 daripada keseluruhan

14,624 koperasi yang berdaftar di negara ini tidak lagi aktif. Lebih 1,000 koperasi pula sudah tidak lagi beroperasi termasuk 125 di Sarawak (BH Online, 2020). Sikap tidak amanah anggota atau pihak pengurusan menjadi punca utama kegagalan perniagaan berkonsepkan koperasi di negara ini (Tun Dr Mahathir Mohamad di dalam Mstar, 2012).

Kegagalan koperasi secara tidak langsung memberi impak kepada sektor tersebut secara keseluruhannya memandangkan kedua-duanya saling berkait. Kini dengan pandemik COVID-19, cabaran koperasi kian meningkat menyebabkan bilangan koperasi yang terpaksa menghentikan perniagaan angkara tidak mampu menanggung kos perniagaan tatkala pendapatan berkurang semakin bertambah. Sepanjang tahun 2020 lebih 400 koperasi kredit terjejas (Bernama, 2020) manakala prestasi operasi perniagaan koperasi merosot 32 peratus akibat penularan COVID-19 sehingga menyebabkan penguncupan pendapatan hingga 33.9 peratus (Berita Harian, 2020).

Prestasi perniagaan yang kian merosot pastinya akan memberi kesan yang signifikan kepada pendapatan koperasi dan akhirnya menyebabkan keistimewaan serta manfaat anggota tidak mampu ditunaikan.

Saling kait Antara Anggota dan Koperasi

Koperasi pada dasarnya memerlukan asas yang kukuh untuk memastikan kelangsungannya. Ianya perlu bermula dengan perubahan yang signifikan di dalam koperasi itu sendiri agar koperasi terus utuh walaupun di badai pelbagai cabaran dalam perjalanannya. Abdul Aziz Yusof (2000) menyatakan organisasi memerlukan perubahan bagi membolehkannya untuk terus hidup, membangun, dan berkembang. Kegagalan koperasi untuk berubah atau bertindak balas secara positif terhadap perubahan akan membawa kepada kegagalan ataupun memendekkan jangka hayat kewujudannya. Melakukan perubahan juga di anggap sebagai menempuh ketidakpastian serta akan mendedahkan koperasi kepada pelbagai risiko. Pengambilan risiko yang sederhana dan ataupun setelah melalui perkiraan yang logik memastikan koperasi mampu bersaing pada kedudukan lebih baik berbanding keadaan sebelumnya.

Bagi memastikan kelangsungan sesuatu koperasi pihak berwajib sama ada Anggota Lembaga Koperasi (ALK), anggota bahkan pengurusan perlu mengambil tindakan sewajarnya. Bennin dan Nanus (1985) menyatakan bahawa dengan memberi fokus kepada pelan tindakan, pemimpin organisasi akan beroperasi menggunakan sumber emosi dan rohani organisasi, nilai-nilainya, iltizam dan aspirasi. Ini menunjukkan bahawa di dalam proses melakukan perubahan dalam memastikan kelangsungan, perkara pertama yang perlu dipupuk adalah kesedaran matlamat akhir atau



Koperasi yang mempunyai keanggotaan aktif akan lebih berjaya, namun di sebalik sokongan berterusan anggotanya, koperasi perlu mencari jalan mengiktiraf sumbangan telah berikan

‘ultimate goal’. Stephen Covey (2004) menyatakan agar organisasi bermula dengan matlamat akhir di minda untuk membentuk iltizam dan aspirasi ke hadapan.

Persoalannya apakah bentuk perubahan yang diperlukan oleh koperasi agar mampu menjamin kelangsungan untuk tempoh jangka masa panjang? Terdapat koperasi yang menukar kepimpinan di kalangan ALK dan pengurusan namun tetap gagal mencapai objektifnya dan terdapat juga koperasi yang melibatkan diri di dalam pelbagai aktiviti berimpak tinggi melibatkan kos yang besar dengan harapan mendapat pulangan berbaloi namun masih gagal. Pucuk pangkalnya koperasi perlu berubah daripada hanya sekadar menjadi entiti ‘Dystonia’ iaitu bergerak secara bersendirian tanpa melibatkan anggotanya kepada sebuah entiti sosioekonomi yang mengutamakan penglibatan aktif anggota di dalam semua aktiviti terutama perniagaan tanpa bergantung kepada pasaran luar semata-mata.



Iliopoulos, (2005) menyatakan koperasi besar dan menjalankan perniagaan yang rumit telah mewujudkan jurang di antara anggota dengan koperasi mereka. Situasi buruk apabila anggota tersebar luas dari segi demografi (Osterberg dan Nilsson, 2009). Akibatnya anggota menjadi tidak jelas berkenaan peranan koperasi di dalam kehidupan mereka, mempunyai pengalaman yang terhad berhubung dengan koperasi dan akhirnya mewujudkan situasi yang terasing di antara koperasi dan anggota. Perkara ini menyebabkan kepercayaan antara anggota dan koperasi menjadi semakin merosot dan akhirnya anggota tidak merasa bangga dengan koperasi mereka lagi (Fulton, 1995). Ini telah melemahkan konsep demokrasi dalam koperasi (Bhuyan, 2007; Nilsson et al., 2012). Keengganan untuk melabur di dalam koperasi sudah menjadi masalah biasa dalam koperasi (Osterberg et al., 2009). Akhirnya koperasi kehilangan kedudukan sebagai pautan penting dalam rantai nilai (Sergaki,

2006). Semua perkara tersebut menjelaskan betapa pentingnya anggota dalam kemajuan sesebuah koperasi.

Pulangan Manfaat Kewangan dan Bukan Kewangan Kepada Anggota Memenangkan Koperasi

Beberapa kajian terdahulu telah membuktikan peranan anggota di dalam pembangunan koperasi dan bagaimana manfaat yang diterima oleh mereka memberi motivasi untuk terus menyokong koperasi. Namun masih wujud koperasi yang gagal melihat kaitan antara memulangkan manfaat anggota dengan kelangsungan perniagaan bahkan berpandangan manfaat anggota merupakan satu pembaziran dan membebankan. Iliopoulos, (2005) menyatakan nilai dan tawaran yang menarik menjadi mangkin penglibatan aktif anggota di dalam koperasi. Walaupun ianya

tidak mampu memastikan sokongan majoriti namun sekurang-kurangnya ianya mampu menarik sebilangan yang merasakan manfaat yang diterima berpadanan dengan sumbangan yang diberi. Couture et al (ILO, 2002) di dalam kajiannya menyatakan bahawa kejayaan sesebuah koperasi dilihat melalui kesedaran akan hak dan tanggungjawab di kalangan anggota terhadap koperasi yang mereka anggotai. Dejene dan Regasa (2015) turut mendapati kepercayaan antara ahli koperasi dan kesediaan ahli menyediakan modal ekuiti adalah aspek utama dalam faktor komitmen untuk memastikan kejayaan sesebuah koperasi.

Walaupun sudah diketahui bahawa koperasi yang mempunyai keanggotaan aktif akan lebih berjaya, namun di sebalik sokongan berterusan anggotanya, koperasi perlu mencari jalan mengiktiraf sumbangan telah berikan. Kegagalan memenuhi kehendak tersebut akan mewujudkan perasaan kurang yakin di kalangan anggota. Menurut Frans et. al. (2015), tahap penglibatan anggota adalah rendah sewaktu proses kolektif untuk mencapai objektif bersama. Kebanyakannya hanya menjadi parasit melainkan terdapat insentif ditawarkan melebihi kos penyertaan mereka. Ringkasnya koperasi perlu mula memikirkan ganjaran untuk menggembelng anggota menjadi ahli aktif kerana keahlian aktif secara tidak langsung akan meningkatkan perniagaan koperasi. Memberi manfaat dan ganjaran yang setimpal kepada anggota memastikan kelangsungan koperasi untuk tempoh yang panjang. Ernita (2019) turut menyatakan anggota yang menyumbang kepada kejayaan koperasi perlu diberi pengiktirafan sebagai motivasi untuk meneruskan sumbangannya.

Terdapat beberapa contoh manfaat dan insentif di dalam bentuk kewangan dan bukan kewangan di dalam koperasi termasuklah akses kepada produk dan perkhidmatan koperasi, pembahagian dividen

atas syer atau yuran, bonus langganan, kebajikan, tawaran harga istimewa dan sebagainya. Noraesyah et al (2013) di dalam kajian kes bertajuk Saigon Coopmart: Model Pasar raya Koperasi menjelaskan Saigon Coop menjadi pilihan anggota koperasi dan mampu berkembang pesat ke seluruh negara kerana pelbagai manfaat kepada ahlinya. Antaranya menawarkan kesegaran proses pengeluaran makanan, ketinggian kualiti pakaian dan harga yang berpatutan serta perkhidmatan yang selesa dan mesra sebagai manfaat kepada ahli mereka. Selain itu, koperasi turut menawarkan biasiswa kepada anggota dan anak anggota untuk melanjutkan pengajian dan menjanjikan kontrak pekerjaan kepada mereka setelah selesai pengajian. Konsep sosial seperti pemberian baucar untuk tujuan pembelian semula menjadikan Koperasi NTUC Fair Price di Singapura popular di kalangan pelanggan anggota dan bukan anggota.

Di Indonesia, Koperasi Pekerja P.T Perusahaan Lektrik Nasional, Sumber Terang, Kupang pula mampu membuka dua buah cawangan Coop Mart disebabkan oleh sokongan yang berterusan anggotanya. Sokongan anggota yang utuh ini kerana manfaat berkoperasi yang menarik minat mereka agar terus menyokong koperasi termasuk pemberian dividen atas syer, peluang memasarkan produk milik anggota, kemudahan wifi dan kafeteria percuma kepada anggota, kualiti produk jualan yang baik dengan harga yang berpatutan selain potongan harga barang tertentu pada masa-masa tertentu. Aktiviti ini telah memberi kemudahan kepada anggota tanpa pergi ke tempat lain untuk mendapatkan bekalan makanan.

Di Malaysia, manfaat seperti bantuan kecemasan tanpa faedah dengan kelulusan segera misalnya oleh Koperasi Ustrati Kuching Berhad (KUKB) dan Koperasi Irmay Kuching Berhad (KIKB) pada kadar berjaya membantu

anggota koperasi menyelesaikan permasalahan kewangan segera. Selain itu, manfaat sedemikian telah membantu anggota mengembangkan perusahaan kecil yang diusahakan dan mengekalkan sokongan aktif mereka kepada koperasi masing-masing.

Di Jepun, anggota koperasi pertanian yang baru dibekalkan dengan latihan teknikal percuma berkenaan penggunaan teknologi pertanian yang baru seperti penggunaan jentera dan mesin penanaman, penuaian dan pembajaan sebagai sebahagian daripada manfaat berkoperasi. Penekanan kepada perkara tersebut membolehkan hasil pertanian yang bermutu tinggi dihasilkan serta memastikan produk tersebut dapat dipasarkan dengan mudah. Manfaat sedemikian secara tidak langsung akan memastikan proses tawaran dan permintaan antara anggota dan koperasi berterusan untuk tempoh jangka masa panjang. Anggota turut memperoleh pendapatan melalui perniagaan yang diceburi dengan bantuan khidmat nasihat daripada koperasi. Manfaat-manfaat ini mewujudkan motivasi di kalangan anggota supaya lebih aktif menjalankan

transaksi dengan koperasi. Motivasi yang didorong oleh ganjaran berbentuk kewangan dan material atau melalui kata-kata pujian serta perangsang akan memastikan anggota malahan koperasi sama-sama mendapat manfaat kewangan hasil daripada perniagaan yang dijalankan (Noni, 2002).

Penutup

Pulangan dan manfaat yang diberikan oleh koperasi kepada anggota mewujudkan rasa dihargai secara mendalam kepada mereka atas pengorbanan tersebut. Perasaan ini akan mewujudkan kepercayaan yang berpanjangan di antara mereka yang diterjemahkan melalui pencapaian koperasi. Pihak ALK dan pengurusan koperasi perlu sentiasa saling mengingat bahawa memberi manfaat kepada anggota bukanlah satu bebanan bahkan titik tolak kepada permulaan kejayaan dan kelangsungan koperasi tersebut. Biarlah konsep berkoperasi tidak dilabel oleh anggota khasnya atau masyarakat umum amnya sebagai 'hempas tulang tak berbalas jasa'.



INSTITUT KOPERASI MALAYSIA (IKMa)

“Pencetus Minda Koperasi Negara”

Institut Koperasi Malaysia merupakan satu-satunya institusi latihan dan Pendidikan koperasi di Malaysia, yang ditubuhkan pada 13 November 1956.

Institut Koperasi Malaysia berperanan penting sebagai peneraju pendidikan koperasi di Malaysia melalui pembangunan latihan serta bimbingan kepada anggota koperasi dan usahawan.





DIMENSIKOOP

