



Dari Meja Ketua Editor

Hasrat Dasar Koperasi Negara menyasarkan koperasi menyumbang RM50 bilion kepada GDP tinggal dua tahun lagi. Sehingga tahun 2014, koperasi telah menyumbang sekitar RM42 bilion. Manakala, peningkatan sebanyak RM4 bilion disasarkan bagi tahun 2019 dan 2020. Sehubungan itu, koperasi perlu bersama-sama bagi memenuhi hasrat tersebut dengan merangka strategi pertumbuhan pendapatan koperasi. Koperasi perlu kekal berdaya saing setanding dengan sektor perkhidmatan lain bagi memastikan kehadirannya relevan. Justeru, bagi memastikan kelangsungan sektor koperasi dalam melakar prestasi cemerlang secara berterusan, pelbagai usaha perlu dilaksanakan oleh koperasi bagi membuktikan bahawa sektor koperasi di Malaysia berpotensi luas dan diyakini oleh masyarakat amnya sebagaimana berlaku di luar negara. Dalam konteks ini, golongan belia dilihat sebagai pendukung cabaran perdana. Oleh yang demikian, bagi merealisasikan hasrat kerajaan dalam memacu pertumbuhan sektor koperasi di Malaysia, golongan belia dilihat sebagai aset penting. Menerusi artikel “**Memperkasakan Belia dalam Gerakan Koperasi di**

Malaysia”, Dimensi KOOP bil.59 kali ini mengetengahkan peranan dan penglibatan belia dalam merencanakan gerakan koperasi di Malaysia.

Koperasi juga sewajarnya perlu lebih kreatif dan inovatif dalam menerokai peluang-peluang perniagaan baharu yang boleh diceburi seperti yang dimuatkan dalam artikel “**Hartanah Lelong: Peluang Pelaburan Koperasi**”. Koperasi bukan sahaja perlu bijak melihat, malah merebut peluang yang ada agar mereka tidak ketinggalan dan seterusnya dapat memastikan perniagaan baharu itu berdaya saing. Artikel “**Koperasi Pembangunan Komuniti Kluang Berhad: Pemasaran Baja Sawit**” mengupas tentang peluang yang diambil oleh koperasi sebagai ejen pemasaran baja sawit kepada koperasi lain. Sewajarnya, koperasi perlu bekerjasama sesama koperasi seperti yang dituntut oleh Prinsip ke-6 koperasi bagi menjayakan bidang perniagaan ini. Koperasi perlu mempersiapkan diri dengan ilmu berkaitan pemasaran produk seperti yang ditonjolkan dalam artikel “**Teknik Penulisan (copywriting) Iklan dalam Pemasaran Produk Koperasi**”

bagi memastikan pelanggan tertarik dengan maklumat dan iklan yang dipromosikan koperasi.

Bukan itu sahaja, beberapa artikel lain turut diselitkan dalam keluaran Dimensi KOOP kali ini seperti **E-mel sebagai Medium Pemasaran Perniagaan, Teknik Asas Mengurus Kewangan Koperasi, Pengurusan Penyediaan Makanan untuk Pelancong, Memacu Kesejahteraan Rakyat di Negeri Sabah melalui Sektor Koperasi dan Penglibatan Koperasi FELDA dalam Sektor Bidang Keberhasilan Tinggi Koperasi**.

Semoga paparan artikel Dimensi KOOP kali ini dapat memberi idea kepada koperasi dalam mempelbagaikan aktiviti yang dapat menyumbang kepada ekonomi koperasi sekali gus memberi manfaat dan panduan kepada gerakan koperasi dalam mengurus dan mentadbir koperasi dengan lebih efisien.

Salam hormat dan selamat tahun baharu 2019.

Haji Ramlan Kamsin

Sidang Redaksi

PENAUNG

Tn. Hj. Ariffin Mamat
Ketua Pengarah

KETUA EDITOR

Tn. Hj. Ramlan Kamsin
**Timbalan Ketua Pengarah
(Akademik)**

SIDANG EDITOR

En. Shamsul Khairi Abu Hassan
En. Jaibit Jaudin
Pn. Norhayati Abd.Rahman
Pn. Nor Aslamiah Ali
Pn. Rafedah Juhani
En. Mohd Faisal Shariff
En. Asha'ari Arshad

En. Muhammad Yusuf Ibrahim
Pn. Ayu Diana Awang
Pn. Nor Alyani Abd Razak

PEGAWAI PENERBITAN

Cik Zaharatul Laili Zakaria

Kandungan



Memperkasakan Belia dalam Gerakan Koperasi di Malaysia



E-mel sebagai Medium Pemasaran Perniagaan



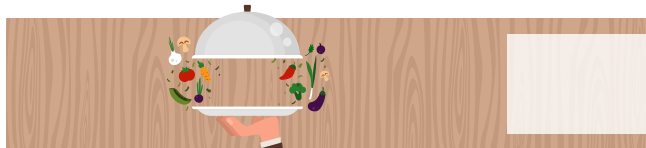
Teknik Penulisan (copywriting) Iklan dalam Pemasaran Produk Koperasi



Teknik Asas Mengurus Kewangan Koperasi



Hartanah Lelong: Peluang Pelaburan Koperasi



Pengurusan Penyediaan Makanan untuk Pelancong



Memacu Kesejahteraan Rakyat di Negeri Sabah melalui Sektor Koperasi



Koperasi Pembangunan Komuniti Kluang Berhad: Pemasaran Baja Sawit



Penglibatan Koperasi FELDA dalam Sektor Bidang Keberhasilan Tinggi Koperasi