

www.mkm.edu.my

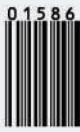


ISSN 1823-1586 • 1 / 2017 • RM 8.50

DIMENSI KOOP



ISSN 1823-0008



ISSN 1823-1586
RM 8.50
Keluaran 1/2017
www.mkm.edu.my

ANGGOTA

NADI KOPERASI



Sumbangan koperasi kepada KDNK masih lagi jauh dan usaha meningkatkan perolehan koperasi dari perniagaan yang dijalankan perlu diteruskan. Usaha ini tidak semestinya dipikul di bahu Anggota Lembaga Koperasi (ALK) dan kakitangan pengurusan sahaja malah anggota koperasi juga memainkan peranan kerana **Anggota Merupakan Nadi Koperasi**. Ukuran kejayaan koperasi bergantung kepada matlamat dan tujuan penubuhan koperasi itu sendiri. Oleh itu, amat penting bagi semua anggota koperasi dan masyarakat umum memahami konsep koperasi, kaedah tadbir urus serta pengurusan perniagaan koperasi yang sebenar supaya mereka dapat membezakan antara Persepsi dan Realiti Berkoperasi.

Kejayaan koperasi juga boleh diukur melalui aktiviti dan perniagaan yang dijalankan, terutamanya bidang keberhasilan yang disyorkan melalui Dasar Koperasi Negara (DKN). Sektor Pelancongan contohnya tidak hanya memberi pulangan yang lumayan kepada koperasi dan anggota tetapi turut dapat membangunkan masyarakat sekitarnya. Aktiviti homestay yang diusahakan oleh Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad berpeluang melangkah lebih jauh melalui koperasi sebagai wadah penggerak perniagaan homestay. Malahan Koperasi Pengangkutan Nombor 15 di Ho Chi Minh, Vietnam juga membuktikan aktiviti sektor pelancongan ini mampu meraih pendapatan untuk koperasi serta memberi kebaikan kepada anggota dan masyarakat setempat.

Bukan itu sahaja, aktiviti dan perniagaan yang dijalankan koperasi perlulah selari dengan matlamat penubuhan koperasi. KOSPIN JASA, sebuah koperasi kredit di Indonesia telah memberikan teladan yang baik di mana matlamat koperasi yang mahu melihat ekonomi anggotanya dipertingkatkan melalui usaha perniagaan mereka sendiri dan akhirnya nanti kejayaan akan dinikmati bersama anggota dan koperasi.

Bagi memastikan ALK, pengurusan dan anggota koperasi bersatu dalam mengurus dan menjayakan perniagaan koperasi maka mereka perlu memahami situasi semasa perniagaan. Antara hal-hal pengurusan yang perlu diambil perhatian dan dipertingkatkan kemahiran adalah teknik komunikasi yang berkesan, kepentingan koperasi memenuhi kepuasan pelanggan, mengambil berat soal kawalan dalaman dan penggunaan Internet seperti e-pembayaran bagi memudahkan dan meningkatkan kecekapan pengurusan perniagaan koperasi.

Oleh itu, amat diharapkan agar anggota koperasi terus memberikan sokongan padu dalam menjayakan aktiviti perniagaan koperasi. Kedudukan anggota koperasi sebagai pemilik dan pengguna pasti dapat mempercepatkan pencapaian matlamat penubuhan koperasi serta aspirasi DKN menyumbang RM50 Bilion kepada KDNK negara menjelang 2020.

Selamat menguruskan koperasi anda kerana dengan bekerjasama segala urusan dapat dipermudahkan.

Hajah Rahimah Abdul Samad

* Rujukan setiap artikel boleh diperolehi daripada penulis

SIDANG REDAKSI
DIMENSI KOOP BIL.52

Penaung
Prof Madya Dr.Abdul Rahman Abdul Razak Shaik
Ketua Pengarah Maktab Koperasi Malaysia

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

Ketua Editor
Hjh.Rahimah Abd.Samad

Timbalan Ketua Editor
Nor Arma Abu Talib

Sidang Editor
Asha'ari Arshad
Norhayati Abd.Rahman
Azmaliza Arifin
Nor Azlina Kassim
Nor Alyani Abd Razak

Salwana Ali
Haslinda Sujak
Ju Samsuddin Safian
Rafedah Juhan
Nazirah Baharudin

Pegawai Penerbitan
Zaharatul Laili Zakaria



Memahami Koperasi: Persepsi dan Realiti



Wawancara: KOSPIN JASA Membangun Bersama-sama Anggota



Anggota Nadi Koperasi



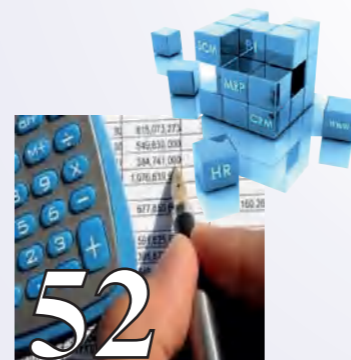
Pelanggan Gembira, Koperasi Sejahtera



Komunikasi Berkesan dalam Koperasi



E-Pembayaran



Kawalan Dalaman ke Arah Kesejahteraan Koperasi



Kejayaan Koperasi Pengangkutan di Ho Chi Minh City, Vietnam



Homestay Lonek: Penglibatan Koperasi, Perniagaan Homestay

MEMAHAMI KOPERASI: PERSEPSI DAN REALITI



Mohd Hamzah Kasim
hamzah@mkm.edu.my
Maktab Koperasi Malaysia Zon Utara

Pendahuluan

Apakah itu koperasi? Apabila diajukan persoalan ini kepada masyarakat mungkin jawapan yang diberikan oleh kebanyakan daripada mereka adalah, "sebuah insituti atau pertubuhan yang membantu anggotanya". Persoalan yang timbul di sini, adakah pemahaman masyarakat terhadap koperasi itu tepat dan benar. Pemahaman yang kurang tepat terhadap koperasi akan menyebabkan masyarakat menganggap koperasi sebagai satu pertubuhan yang bermanfaat pada mereka atau yang akan memudaratkan mereka, walaupun pada hakikatnya adalah sebaliknya. Salah fahaman atau lebih tepat persepsi yang salah boleh menyebabkan koperasi ditadbir dan diurus secara salah sama ada dari segi prinsip dan nilai koperasi mahupun menyimpang dari landasan perundangan koperasi. Salah fahaman ini juga boleh mengakibatkan anggota koperasi mengharapkan sesuatu yang tidak pasti daripada koperasi.

Terdapat beberapa pemahaman atau persepsi yang salah terhadap koperasi yang beredar dalam pemikiran masyarakat kita khususnya. Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat terbitan Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP), persepsi boleh ditafsirkan sebagai gambaran atau bayangan dalam hati atau fikiran (tentang sesuatu), pandangan atau tanggapan. Persepsi yang salah terhadap koperasi boleh berlaku apabila maklumat yang tidak tepat telah disampaikan dan

disebarkan kepada masyarakat. Selain itu, mungkin ada pihak yang menerima maklumat tersebut telah salah mentafsir akan maklumat yang mereka terima dan menyampaikannya kepada orang lain menjadikannya sebagai maklumat yang salah. Tambahan, pendedahan atau kurang mendapat pendidikan dan pengetahuan berkenaan koperasi dan keadaan ini berlaku akibat dari kurangnya penekanan dari pendidikan awal di sekolah.

Setiap Penubuhan Koperasi akan Menerima Bantuan Kewangan.

Persepsi salah: Seakan-akan menjadi satu kepercayaan dalam kalangan masyarakat bahawa sekiranya mereka menubuhkan sebuah koperasi baharu, mereka akan menerima bantuan atau geran dalam bentuk kewangan daripada mana-mana agensi atau jabatan kerajaan yang menyelia koperasi seperti Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM). Terdapat segelintir masyarakat yang melihat akan hal ini sebagai satu peluang untuk mereka mendapatkan dana bagi menjalankan perniagaan. Mereka berpendapat koperasi merupakan alat yang terbaik buat usahawan seperti mereka yang tidak memiliki modal yang cukup. Dengan menubuhkan koperasi baharu, mereka akan menerima bantuan dana dan seterusnya boleh menggunakan dana tersebut untuk menjayakan perniagaan mereka sendiri.

Sebenarnya: Sebagaimana perniagaan yang lain, sebarang permohonan bantuan dana atau pinjaman hendaklah dibuat terus kepada jabatan atau agensi kerajaan yang berkaitan. Kerajaan ada menyediakan peruntukan tertentu bagi membantu usahawan yang berkecimpung dalam dunia perniagaan ini. Begitu juga dengan koperasi, permohonan bantuan atau pinjaman dana sama ada dalam bentuk kewangan atau bukan kewangan haruslah dibuat kepada agensi atau jabatan yang menyelia koperasi seperti SKM. Bagi tujuan permohonan pinjaman tersebut,



koperasi hendaklah menyediakan beberapa dokumen berkaitan seperti surat permohonan, kertas kerja, cabutan minit mesyuarat dan lain-lain dokumen yang dikehendaki. Kertas kerja yang dihasilkan mestilah mempunyai perancangan yang baik dan meyakinkan berkenaan perniagaan yang akan dijalankan dengan menggunakan wang dari bantuan atau pinjaman yang dipohon. Sekiranya hakikat ini hanya disedari selepas tertubuhnya koperasi, maka lebih banyak koperasi yang menjadi tidak aktif dan dorman. Secara tidak langsung perkara ini akan menjejaskan prestasi gerakan koperasi negara.

Matlamat Utama Penubuhan Koperasi untuk Memberi Bantuan kepada Anggota.

Persepsi salah: Matlamat koperasi ditubuhkan adalah untuk membantu anggota sama ada dengan mendapatkan barangan keperluan harian pada harga yang murah atau meningkatkan ekonomi anggota ke suatu tahap yang lebih baik. Koperasi dianggap gagal oleh anggota sekiranya koperasi tidak menjalankan fungsi untuk membantu anggota koperasi mendapatkan barangan keperluan harian pada harga yang murah dan tidak menjalankan aktiviti yang dapat meningkatkan ekonomi anggota.

Sebenarnya: Koperasi sama seperti entiti perniagaan yang lain, perlu menjana keuntungan dalam setiap aktiviti perniagaan yang dijalankan. Perbezaan koperasi dengan entiti perniagaan yang lain adalah bagaimana keuntungan tersebut diagihkan. Entiti perniagaan lain hanya mengagihkan keuntungan yang diperoleh kepada pemilik atau pemegang saham perniagaan sahaja. Berbeza dengan koperasi, selain mengagihkan keuntungan yang diperoleh melalui pembahagian dividen kepada anggota, keuntungan tersebut digunakan untuk membantu anggota dan masyarakat sekitar dengan mewujudkan pelbagai kumpulan wang atau tabung seperti khairat kematian, derma siswa dan lain-lain. Koperasi tidak seharusnya mengorbankan keuntungan dengan mengurangkan margin keuntungan

Aktiviti Kredit atau Pembiayaan sebagai Perniagaan Utama Koperasi.

Persepsi salah: Apabila sebut sahaja perkataan 'koperasi' kepada mereka yang tidak pernah terlibat dengan koperasi, pasti perkara pertama yang terlintas di fikiran mereka adalah kemudahan kredit. Malah ada di kalangan mereka melihat koperasi sebagai satu penyelesaian bagi mendapatkan pinjaman sekiranya permohonan pinjaman dengan insitisi kewangan yang lain ditolak atau gagal. Selain itu, jika koperasi tersebut tidak menyediakan kemudahan kredit atau pembiayaan kepada anggota, koperasi itu dilihat tidak mendatangkan keuntungan atau manfaat kepada mereka sebagai anggota.

Sebenarnya: Persepsi sebegini mungkin berlaku disebabkan oleh sejarah penubuhan koperasi yang bermula dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah beban keterhutangan masyarakat. Ketika itu, koperasi menjadi satu alat untuk menyelesaikan masalah keterhutangan di kalangan pesawah, petani, nelayan dan kakitangan kerajaan. Malah, koperasi pertama yang ditubuhkan pada 21 Julai 1922 iaitu Syarikat Bekerjasama-sama Jimat Cermat Pinjaman Wang Pekerja-Pekerja Jabatan Pos dan Telegraf Berhad juga menjalankan fungsi kredit. Selain itu, persepsi yang salah ini mungkin timbul

dan menjual barangan atau perkhidmatan di bawah harga pasaran semata-mata untuk memberikan harga yang rendah kepada anggota. Koperasi perlu menjalankan aktiviti yang dapat memenuhi keperluan dan aspirasi ekonomi, sosial serta budaya anggota secara bersama-sama. Realitinya tanpa keuntungan tiada manfaat yang boleh diberikan oleh koperasi kepada anggotanya apatah lagi kepada masyarakat sekeliling.

Dividen menjadi Faktor Menentukan Kejayaan Koperasi

Persepsi salah: Sering kali kejayaan sesebuah koperasi diukur dengan melihat kepada peratusan dividen yang diagihkan kepada anggota. Semakin tinggi atau besar nilai peratusan dividen tersebut menunjukkan semakin baik dan kukuhnya koperasi tersebut pada pandangan masyarakat umum.

Sebenarnya: Kejayaan sesebuah koperasi bukan hanya diukur berdasarkan keupayaan koperasi memberi peratusan dividen yang tinggi kepada anggota semata-mata. Pemberian dividen yang tinggi hanyalah sebahagian daripada kejayaan dan keupayaan koperasi. Terdapat beberapa kaedah lain yang boleh digunakan untuk menilai prestasi sebuah koperasi sama ada menggunakan penilaian indikator kewangan (seperti melakukan analisis tren sama ada secara mendatar atau menegak dan analisis nisbah) atau membuat penilaian indikator melalui bukan kewangan (seperti mengukur tahap kepuasan anggota, tahap kesetiaan anggota, perkhidmatan selepas jualan dan lain-lain). Tidak semestinya pemberian peratusan dividen yang tinggi melambangkan sebuah koperasi itu tidak menghadapi masalah atau berada dalam keadaan sihat. Dengan melakukan analisis indikator kewangan dan bukan kewangan akan memberikan jawapan yang lebih tepat berkenaan status kesihatan koperasi itu.

Rajah 1: Pecahan Bilangan Koperasi Mengikut Fungsi 2015.

Bil	Fungsi Koperasi	Bilangan Koperasi
1.	Perbankan	2 buah
2.	Kredit	597 buah
3.	Pertanian	2,746 buah
4.	Perumahan	255 buah
5.	Perindustrian	307 buah
6.	Pengguna	
	- Dewasa	2,772 buah
	- Sekolah	2,333 buah
7.	Pembinaan	222 buah
5.	Pengangkutan	472 buah
8.	Perkhidmatan	3,063 buah
Jumlah :		12,769 buah

Sumber: www.skm.gov.my

apabila masyarakat melihat koperasi fungsi kredit telah banyak menyumbang kepada perolehan koperasi sebanyak RM5,085.45 (sehingga 2015) walaupun hanya dengan bilangan yang kecil iaitu sebanyak 597 buah sahaja. Masyarakat mungkin menilai akan koperasi kredit sahaja sebagai penyumbang terbesar dalam pembangunan sektor koperasi. Namun demikian, harus diingatkan bahawa di negara ini terdapat pelbagai fungsi koperasi selain kredit seperti perumahan, pengguna, pengangkutan, pertanian, perindustrian, pembinaan, dan perkhidmatan. Malah, bilangan koperasi yang tinggi adalah terdiri daripada koperasi yang menjalankan fungsi pengguna iaitu sebanyak 5,105 buah berbanding fungsi kredit hanyalah sebanyak 597 buah sahaja. Namun, tidak dinafikan terdapat juga koperasi yang fungsinya adalah pengguna dan sebagainya turut menjalankan aktiviti pinjam-meminjam. Oleh yang demikian, adalah tidak wajar jika semua koperasi di negara ini dianggap perlu menjalankan aktiviti kredit untuk diiktiraf sebagai koperasi yang *genuine*. Walau bagaimanapun, harus diingatkan bahawa koperasi hanya dibenarkan memberikan kemudahan kredit kepada tiga pihak sahaja iaitu kepada anggota (bukan anggota dan anggota koperasi lain yang tidak menjadi anggota koperasi tersebut tidak dibenarkan), anak syarikat koperasi itu jika ada dan kepada koperasi lain (dengan kelulusan Suruhanjaya).

Lembaga Bertanggungjawab Penuh dalam Hal Ehwal Koperasi

Persepsi salah: Lembaga yang dilantik oleh anggota dalam Mesyuarat Agung merupakan pemegang amanah koperasi. Oleh itu, Lembaga adalah bertanggungjawab penuh memastikan kelestarian koperasi seperti memastikan pentadbiran dan pengurusan koperasi dijalankan dengan baik, mematuhi peruntukan undang-undang dan terus mampu bersaing dalam pasaran. Manakala, anggota pula tidak perlu untuk mengambil tahu dan peduli akan hal ehwal koperasi asalkan mereka menerima pulangan dividen pada setiap tahun. Sekiranya tiada pulangan dalam bentuk dividen atau elaun kehadiran Mesyuarat Agung, maka nasib buruk mungkin

akan menimpa Lembaga sama ada dipecat, diarah untuk membayar kerugian malah dirujuk kepada SKM atau mahkamah untuk tindakan undang-undang.

Sebenarnya: Memang tidak dinafikan bahawa Lembaga yang dilantik oleh anggota merupakan pemegang amanah dan memikul tanggungjawab untuk mentadbir dan mengurus koperasi dengan baik berlandaskan peruntukan undang-undang yang berkaitan dengan koperasi. Namun, keupayan dan kejayaan koperasi tidak akan datang bergolek seperti yang bulat, atau seperti pipih yang terbang melayang tanpa sokongan padu dan komitmen penuh daripada anggotanya. Bayangkan jika koperasi menjalankan aktiviti perniagaan tetapi dibantah atau tidak mendapat sokongan daripada anggotanya maka gagallah koperasi tersebut. Apalah guna koperasi menjalankan aktiviti yang bukan berfokus untuk memenuhi keperluan dan kehendak anggotanya kerana peranan anggota koperasi selain daripada sebagai pemilik, mereka juga adalah pelanggan utama kepada koperasi. Falsafah ini tidak seharusnya dilupakan dan abaikan sebagai anggota koperasi.

Jawatankuasa Audit Dalam (JAD) hanya Bertanggungjawab Mengaudit Perakaunan dan Rekod Perakaunan Koperasi

Persepsi salah: Jawatankuasa Audit Dalam (JAD) yang dilantik bertanggungjawab mengaudit perakaunan dan rekod perakaunan koperasi sahaja. Ada pada suatu ketika, JAD dilihat sebagai satu unit atau bahagian yang tidak penting dalam koperasi sehinggakan pelantikan JAD boleh diabaikan atau ditangguhkan sehingga satu tempoh yang agak panjang. Malah, perhubungan antara Lembaga dengan JAD terlalu keruh apabila setiap kesilapan atau kesalahan yang dilakukan oleh Lembaga sama ada secara sengaja atau tidak sengaja ditemui oleh JAD dibangkitkan sebagai satu isu yang besar. Keadaan ini akan memberi kesan yang tidak baik kepada koperasi.



Rajah 1: Kedudukan Jawatankuasa Audit Dalam (JAD) dalam Koperasi

Sebenarnya: Memeriksa rekod perakaunan koperasi adalah sebahagian daripada tugas dan tanggungjawab JAD. Malah, mereka juga merupakan benteng utama dalam koperasi bagi mencegah berlakunya sebarang salah laku, penyelewangan, salah guna kuasa dan lain perkara yang boleh menjejaskan perjalanan sesebuah koperasi. JAD memainkan peranan penting dalam memastikan kelangsungan koperasi pada masa depan. JAD yang lemah akan meruntuhkan benteng pertahanan dan seterusnya boleh menyebabkan koperasi lumpuh. Tanpa kerjasama yang baik antara Lembaga dan JAD dalam memastikan koperasi berada pada landasan yang betul dengan mematuhi peruntukan perundangan dan mengamalkan tadbir urus yang baik pasti boleh menjejaskan prestasi koperasi itu. Maka, JAD tidak seharusnya bersikap hanya untuk mencari setiap inci kesalahan yang dilakukan oleh Lembaga sahaja. JAD seharusnya berperanan sebagai badan bebas yang membantu Lembaga mentadbir dan mengurus koperasi dengan memberikan pandangan untuk memberikan tambah nilai dalam pentadbiran dan pengurusan yang dilaksanakan oleh Lembaga.

Kesimpulan

Pemahaman yang kurang tepat terhadap koperasi yang berlegar dalam pemikiran dan pemahaman masyarakat perlu disingkirkan dengan segera. Ini bertujuan agar matlamat koperasi dapat dicapai dan mengelakkan persepsi dan pemahaman yang kurang tepat terhadap koperasi terus diamalkan. Salah faham ini boleh dielakkan dengan cara kita sebagai warga koperasi yang bertanggungjawab menyebarkan perkara sebenar apabila seseorang itu melibatkan diri dalam koperasi dan menerangkan nilai, prinsip, kebaikan dan falsafah sebenar dalam berkoperasi. Kedua, pendidikan dan latihan koperasi boleh ditekankan dengan lebih mendalam bermula di peringkat awal pendidikan sekolah. Ketiga, sebelum menubuhkan koperasi, mereka yang terlibat dalam pembentukan koperasi perlu atau wajib menghadiri kursus pra penubuhan koperasi supaya maklumat yang lebih tepat diperoleh dan berguna kepada mereka apabila koperasi telah berjaya didaftarkan. Apa yang lebih penting adalah masyarakat harus sentiasa berhubung dengan agensi yang berkaitan seperti Suruhanjaya Koperasi Malaysia, Maktab Koperasi Malaysia dan ANGKASA untuk mendapatkan maklumat yang lebih tepat berkenaan koperasi.

KOSPIN JASA

Membangun Bersama-sama Anggota

Haslinda Sujak
haslinda@mkkm.edu.my
Pusat Dasar dan Antarabangsa



Koperasi kredit di Malaysia disarankan untuk bergabung bagi menubuhkan sebuah bank koperasi yang dinamik dan kukuh. Malah, koperasi kredit berkluster besar digalakkan menerajui saranan ini sepertimana yang dinyatakan dalam Dasar Koperasi Negara (DKN). Penubuhan bank koperasi bukan sahaja dapat memperkasakan gerakan

koperasi tetapi mampu menyumbang kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK). Sebaliknya, koperasi kredit di Indonesia pula mempunyai gagasan mereka yang tersendiri dan tidak ada dasar yang khusus sebagai panduan menetapkan hala tuju mereka. Bahkan, bagi Kadafi Yahya, Naib Pengerusi Koperasi Simpan Pinjam Jasa (KOSPIN JASA), beliau sangat yakin dengan masa depan koperasinya. Dengan kekuatan lebih 5 juta jumlah anggota, 133 buah cawangan dan aset bernilai RM 2.3 bilion, KOSPIN JASA menjadi sebuah koperasi kredit terbesar di Indonesia. Ikuti temu bual Pengarah Pusat Dasar dan Antarabangsa MKM, Cik Sharina Abdullah bersama beliau mengenai KOSPIN JASA dan aspirasinya terhadap koperasi kredit tersohor di Indonesia ini.

Soalan 1: Pertama sekali sebagai pembuka bicara, apa pandangan saudara mengenai koperasi secara umumnya?

Jawapan: Ekonomi sesebuah negara banyak didominasi oleh kapitalisme. Lihat sahaja negara kita, Indonesia dan Malaysia, malah hampir banyak ekonomi di negara lain semakin berkembang dengan pesatnya menerusi kapitalisme. Kita patut mencontohi negara Jepun; koperasinya yang menyemarakkan ekonomi negara tersebut. Di negara kita sejujurnya, banyak pihak memandang rendah kepada koperasi. Mana tidaknya, kebanyakan mereka yang menerajui koperasi kurang menepati jangkaan prestasi dan pengharapan tetapi terpilih mungkin kerana berdasarkan ciri-ciri personaliti yang menyenangkan sahaja. Ada koperasi yang bernasib baik pemimpinnya dibantu oleh pasukan pengurusan yang cekap dan berkesan, maka mereka dapat bergerak dengan cemerlang. Kita harus berubah terutama sekali bagi koperasi yang semakin berkembang besar, jika kepimpinannya tidak profesional, penyalahgunaan kuasa mungkin berleluasa.



<< Antara perniagaan yang diusahakan oleh anggota KOSPIN JASA

Soalan 2: Boleh saudara kongsi pengalaman awal saudara dengan KOSPIN JASA yang menyebabkan saudara tertarik untuk bergiat aktif dalam koperasi ini?

Jawapan: Penglibatan saya dengan KOSPIN JASA pada awalnya hanyalah mengikut saranan rakan-rakan perniagaan yang yakin dengan kemampuan koperasi ini membantu pengusaha perniagaan kecil mendapatkan pembiayaan bagi menampung modal perniagaan mereka. Setelah sama-sama menganggotai koperasi ini, saya dapat merasai falsafah mereka yang mahukan koperasi membangun bersama dengan kejayaan perniagaan anggota sendiri. Ini terbukti dengan manfaat yang saya peroleh dengan perkembangan sihat perniagaan saya sendiri. Oleh itu, saya mula menyumbang idea dan menyokong secara aktif kepada koperasi. Selepas tiga tahun menganggotai KOSPIN JASA, saya mula diberi kepercayaan untuk menjadi sebahagian daripada barisan kepimpinan koperasi ini. Mungkin kerana pernah menuntut ilmu dan tinggal di Amerika Syarikat memberi kelebihan pengalaman mengurus organisasi dan berniaga kepada saya. Untuk makluman, sejak lima tahun yang lalu, hanya jawatan Pengerusi koperasi yang dipilih oleh anggota di dalam Mesyuarat Agung Tahunan. Manakala barisan Anggota Lembaga yang lainnya dipilih sendiri oleh Pengerusi dalam kalangan anggota yang berwibawa. Kini, telah tujuh tahun saya menjadi Anggota Lembaga KOSPIN JASA.



<< Salah satu antara 133 cawangan KOSPIN JASA

Soalan 3: Bagaimana pada asalnya KOSPIN JASA ini ditubuhkan?

Jawapan: KOSPIN JASA ditubuhkan oleh beberapa pengusaha kecil dan sederhana pada tahun 1973. Tujuan utama penubuhannya adalah sebagai penyelesaian dalam mengatasi kesulitan untuk mereka ini mendapatkan pinjaman sebagai modal perniagaan mereka. Pada ketika itu tidak ada institusi kewangan yang mahu memberikan pinjaman kepada golongan ini kerana umumnya perniagaan mereka masih dikendalikan secara tradisional. Justeru itu, mereka semua bersepakat untuk menubuhkan sebuah koperasi yang dapat menjalankan aktiviti simpanan dan pinjaman buat mereka. Malah tertubuhnya KOSPIN JASA juga adalah tanpa sebarang bantuan kerajaan. Cuma setelah koperasi ini berkembang maju, barulah ia mendapat sokongan daripada kerajaan, itu pun bukan dalam bentuk dana tetapi lebih kepada sokongan perundangan, dasar dan polisi. Kini, KOSPIN JASA telah memiliki beberapa subsidiari dalam aktiviti insurans, pasaran modal, percetakan, hartanah dan pengurusan aset, latihan, dan pajak gadai.

Soalan 4: Boleh saudara terangkan mengenai latar belakang keanggotaan KOSPIN JASA?

Jawapan: Keanggotaan KOSPIN JASA boleh dibahagikan kepada tiga kategori. Kategori pertama adalah lebih kurang 30,000 anggota yang benar-benar dipilih dan memenuhi syarat yang agak ketat untuk menganggotai KOSPIN JASA. Antara syaratnya adalah seperti mestilah mempunyai simpanan wajib dalam koperasi dan memiliki perniagaan yang bergerak aktif. Pinjaman yang dibuat oleh mereka ini adalah untuk pertumbuhan perniagaan mereka dan kemajuan perniagaan mereka ini dipantau. Anggota kategori ini mempunyai hak dan manfaat yang penuh termasuk dividen. Namun polisi KOSPIN JASA menetapkan 50 peratus dividen anggota ini mesti dikekalkan dalam tabung modal koperasi semula. Seterusnya, anggota kategori kedua adalah juga lebih kurang seramai 30,000. Mereka ini memenuhi syarat tertentu dan hanya menerima keuntungan semula dalam beberapa perkara sahaja serta tidak memiliki hak penuh seperti anggota kategori yang pertama. Manakala terdapat 5 juta anggota lagi dalam kategori ketiga yang biasanya hanya membuat simpanan dan mendapatkan lain-lain perkhidmatan daripada koperasi ini.



<< Antara perniagaan yang diusahakan oleh anggota KOSPIN JASA

Soalan 5: Slogan KOSPIN JASA adalah 'Together We Building a Business' atau 'Bersama Membangun Usaha'. Boleh saudara terangkan aspirasi di sebalik slogan ini?

Jawapan: Koperasi ini diberi nama 'JASA' dengan harapan ia akan mampu memberikan perkhidmatan dan manfaat kepada anggota, gerakan koperasi, masyarakat, dan kerajaan. KOSPIN JASA menganggap ini sebagai satu tanggungjawab. Justeru itu, koperasi tidak hanya memikirkan keuntungan pulangan atas pembiayaan yang diberikan kepada anggota sahaja, tetapi turut membantu dengan memberikan khidmat nasihat tentang perniagaan yang anggota mereka ceburi. Khidmat nasihat tersebut termasuklah kertas-kertas cadangan perniagaan, pandangan tentang daya maju perniagaan dan kebolehlaksanaannya, aliran tunai yang sihat, lokasi yang strategik, wang pendahuluan dan cara berurusan dengan pembekal, pasaran dan sebagainya. Malahan khidmat nasihat ini tidak terhenti setelah anggota memulakan perniagaan sahaja tetapi sehinggalah anggota berkenaan mampu memperbesar perniagaan mereka itu. Inilah matlamat KOSPIN JASA yang mahu melihat ekonomi anggota dipertingkatkan melalui usaha perniagaan mereka sendiri kerana akhirnya nanti kejayaan ini akan dapat dinikmati kembali bersama oleh anggota lain dan koperasi keseluruhannya.

Soalan 6: Koperasi kredit sering dibelenggu isu pembayaran semula pinjaman oleh anggota. Bagaimana KOSPIN JASA berdepan dengan masalah ini?

Jawapan: Non Performing Loan (NPL) di KOSPIN JASA tetap ada tetapi masih lagi terkawal iaitu sekitar 3.5 peratus. Salah satu tujuan kita memantau kemajuan perniagaan anggota adalah supaya mereka tidak menghadapi masalah untuk membayar semula pembiayaan. Khidmat nasihat diberikan sekiranya mereka berdepan dengan masalah perniagaan. Dengan 133 cawangan KOSPIN JASA di seluruh Indonesia, sudah tentu kita memerlukan sistem yang kukuh bagi menyokong urusan pembayaran semula pembiayaan. Apabila koperasi semakin berkembang, pelaburan untuk teknologi dan fasiliti harus diutamakan.

<< Khidmat nasihat diberikan kepada anggota sehinggalah anggota mampu berdikari dan memperbesar perniagaan mereka



Soalan 7: KOSPIN JASA telah diiktiraf sebagai koperasi terbaik dan menjadi contoh kepada koperasi lain di Indonesia sejak 1980-an lagi. Sejauh mana lagi kejayaan yang ingin dicapai oleh KOSPIN JASA?

Jawapan: Umumnya, setiap kali KOSPIN JASA berjaya melonjakkan perniagaan anggotanya, itulah pencapaian demi pencapaian yang koperasi ini mahu kecapai. Amat membanggakan semua pihak apabila dapat melihat banyak perniagaan kecil anggota koperasi berkembang dengan jayanya setelah mendapat pinjaman modal daripada koperasi. Dengan milikan aset kini yang berjumlah Rp 7 trilion atau RM 2.3 bilion, KOSPIN JASA dikenali sebagai koperasi kredit yang terbesar dan berprestasi di peringkat Nasional sejak lebih 30 tahun yang dahulu sehinggalah kini. Kejayaan ini akan terus di kecapai dengan 'amanah' menjadi nilai utama koperasi yang dipegang oleh barisan kepimpinannya. Inilah kunci kepada kejayaan demi kejayaan KOSPIN JASA. Keduanya, sungguhpun aktiviti pembiayaan begitu memberangsangkan, kesedaran dan keyakinan anggota untuk menyimpan dengan koperasi masih lagi rendah. Usaha meyakinkan anggota untuk berubah daripada menyimpan dengan bank komersial kepada simpanan di koperasi masih lagi sukar. Sekiranya isu ini dapat dibendung, kejayaan demi kejayaan yang KOSPIN JASA kecapai akan menjadi lebih bermakna.

Soalan 8: Bukan mudah untuk mengekalkan kejayaan demi kejayaan yang di kecapai. Apakah pengalaman paling menyukarkan yang pernah dialami oleh KOSPIN JASA?

Jawapan: Pernah berlaku pada suatu ketika, apabila terdapat koperasi kredit yang lain menghadapi masalah tidak dapat memulangkan semula wang anggota mereka, ia telah mencalarakan imej gerakan koperasi keseluruhannya terutama sekali koperasi kredit. Anggota KOSPIN JASA turut berasa panik dan mula mengeluarkan wang mereka daripada simpanan di KOSPIN JASA kerana merasakan KOSPIN JASA juga adalah sama bermasalah seperti koperasi kredit tersebut. Akhirnya, KOSPIN JASA turut terjejas dengan kejatuhan 10 hingga 20 peratus penurunan kecairan. Seterusnya, KOSPIN JASA berdepan dengan kesukaran untuk memulihkan semula keyakinan kerajaan dan masyarakat umum terutamanya, serta mengambil masa untuk membina semula kepercayaan anggota bahawa sebenarnya KOSPIN JASA masih berkemampuan dan stabil.

'Anggota teladan' KOSPIN JASA yang terpilih dijadikan contoh kepada anggota yang lain.



Soalan 9: Adakah KOSPIN JASA melaksanakan dan mematuhi syariah dalam aktiviti kreditnya?

Jawapan: KOSPIN JASA kini sudah mula mematuhi syariah dalam aktiviti kreditnya tetapi masih tidak menyeluruh. Ini kerana sejak ditubuhkan sehingga sekarang, KOSPIN JASA aktif dianggotai oleh semua golongan tanpa memandang suku, ras dan agama. Koperasi sejak ditubuhkan lagi telah dianggotai oleh berbilang etnik yang terdiri daripada peribumi Indonesia, keturunan Cina dan keturunan Arab. Menariknya, semua kaum ini boleh menerima pendekatan syariah tersebut. Malahan semua pihak bersetuju untuk koperasi membayar zakat, dan juga tidak ketinggalan melaksanakan tanggungjawab sosialnya seperti membantu dalam pembinaan masjid. Perkara ini didorong semata-mata hanya untuk hidup bersatu padu dan memecahkan masalah ekonomi secara bersama-sama dalam satu wadah koperasi. Ini telah menjadi faktor pendorong untuk kerajaan Indonesia mengiktiraf KOSPIN JASA sebagai 'Koperasi Kesatuan Bangsa'.

Soalan 10: Adakah sebarang perancangan untuk KOSPIN JASA menjadi sebuah bank koperasi?

Jawapan: Terdapat beberapa pihak termasuk kerajaan yang mencadangkan agar KOSPIN JASA menjadi sebuah bank. Apabila sesebuah koperasi kredit telah menjadi terlalu besar, mungkin yang terbaik adalah menjadi sebuah bank. Ini perlu difikirkan oleh KOSPIN JASA dalam masa lima tahun dari sekarang. Namun, pandangan peribadi saya kuat menyatakan bahawa jika KOSPIN JASA menjadi sebuah bank, maka ia akan hilang identiti koperasi asalnya kerana sebuah bank tidak dimiliki oleh anggotanya dan berurusan dengan semua pihak termasuk yang bukan anggota koperasi. Justeru, matlamat asal penubuhan koperasi akan lenyap dan kita akan kembali semula kepada kapitalisme. Oleh yang demikian, saya berpandangan bahawa di masa hadapan KOSPIN JASA patut kekal sebagai sebuah koperasi, namun, kerana ia telah terlalu besar dan kukuh, maka KOSPIN JASA mungkin perlu melaburkan sebahagian asetnya bagi mewujudkan sebuah bank yang dimiliki olehnya. Tidak dinafikan sebagai sebuah bank koperasi seperti Bank Rakyat di Malaysia; bank banyak mempunyai peluang pelaburan yang lebih bernilai tinggi. Di Indonesia umpamanya peluang melabur dalam perladangan sawit, pembinaan, perkapalan dan banyak lagi, boleh membawa pendapatan yang lebih tinggi kepada KOSPIN JASA semula. Sungguhpun begitu, kita masih belum ada apa-apa perancangan untuk menjadi sebuah bank.

Soalan 11: Akhir sekali, apakah harapan saudara dan bagaimana saudara melihat masa hadapan KOSPIN JASA?

Jawapan: Saya berharap KOSPIN JASA akan dapat terus memantapkan profesionalismenya untuk terus maju. Jika dikekalkan momentum pertumbuhan ini, nescaya sektor-sektor perniagaan yang bernilai tinggi seperti industri berat mampu diceburi oleh koperasi. Namun, apa yang lebih penting dengan pendapatan yang semakin meningkat, KOSPIN JASA akan dapat terus menerus membangunkan banyak lagi anggota sebagai usahawan yang berjaya.



PENDAFTARAN KINI DIBUKA

DAFTAR SEKARANG



TAJAJAN PENGINAPAN 1 TAHUN



TAJAJAN PENGGUNAAN IPAD MINI



SKIM LATIHAN KERJAYA KOPERASI

Program yang ditawarkan

- A-Level (MQA, (S) 9004/3/2180)
- Asasi Sastera
- Diploma Pengurusan Koperasi (MQA, (FAB007)
- Diploma Pengajian Perniagaan
- LCCI International Qualifications
- BTEC-HND in Business

Program kemahiran

- Pakar Keusahawanan Estetik Terapi (PATE) - Beaubelle
- Kimpalan - IMM (3G)
- Juruteknik Sistem Komputer (IT 020-3)
- Sijil keusahawanan - Segi University
- Pengurusan perniagaan - Westgate
- Pearson Versant English Placement test

TENTANG KOLEJ

Kolej iCOOP merupakan subsidiari milik penuh Maktab Koperasi Malaysia, sebuah agensi kerajaan di bawah KPDNKK.

+6019-293 6552

Alamat : No 21, Wisma IEM, Jalan Selangor 46050 Petaling Jaya Selangor.

NAMA <jarak> RESULT <jarak> NoKP & SMS KE 011-2917 6552

REGISTER NOW



*Tertakluk pada terma dan syarat



Anggota Nadi Koperasi

(Kertas kerja ini telah dibentangkan oleh Ybhg. Prof. Datuk Dr. Yusof bin Kasim, Pengerusi Lembaga Maktab Koperasi Malaysia dalam Program Bicara Ilmu anjuran MKM Zon Sarawak pada 25 Januari 2017)

Pengenalan

Koperasi mula diperkenalkan untuk mewujudkan keadilan sosial dan ekonomi dengan penghapusan eksploitasi dan penindasan terhadap anggota masyarakat yang lemah. Pengenalan gerakan ini mengambil konsep sikap manusia yang berkehendakkan hidup secara berkelompok dan bekerjasama. Melalui amalan bekerjasama inilah, setiap individu dalam kelompok tersebut mendapat faedah dalam menyelesaikan masalah bersama atau keperluan bersama selain memperoleh manfaat dalam menangani kemiskinan dan ketidaksamaan antara mereka.



Konsep kerjasama inilah yang menjadikan koperasi sebagai sebuah organisasi atau pertubuhan yang meletakkan anggotanya sebagai aset terpenting dan nadi kepada kejayaan koperasi. Pembentukan gabungan anggota yang berkualiti, berdikari, beretika dan berintegriti ini membentuk jati diri koperasi yang mampu mencapai matlamat penubuhan koperasi dengan memastikan perjalanan koperasi mengikut konsep, nilai dan prinsip koperasi sebenar.

Memahami Erti Penubuhan Koperasi

Ikatan Koperasi Antarabangsa (ICA) di Kongres Manchester pada tahun 1995 telah mengeluarkan pernyataan tentang identiti koperasi sebagai

'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'.

Justeru, koperasi merupakan sebuah pertubuhan berautonomi di mana anggotanya bersatu secara sukarela demi mencapai kepentingan bersama dan aspirasi bersama dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya, tanpa mengira gender, sosiobudaya dan agama melalui badan yang dimiliki bersama dan terkawal secara demokrasi yang perlu ditadbir urus berlandaskan nilai dan prinsip koperasi.

Tidak seperti pertubuhan lain, koperasi memainkan dua aktiviti iaitu menjalankan aktiviti ekonomi seperti menjalankan perniagaan untuk menjana pendapatan dan aktiviti sosial bagi menjaga kebajikan anggotanya. Melalui pendapatan yang diperoleh dari aktiviti ekonomi inilah kebajikan anggota koperasi dapat dijaga, masalah mereka dapat diatasi bersama dan taraf kehidupan anggota dapat ditingkatkan.

Bagi memastikan anggota tidak dieksploitasi, maka perjalanan koperasi dilandasi oleh nilai-nilai murni yang perlu dihayati dan dipraktikkan oleh setiap anggotanya. Koperasi perlu menitikberatkan pembentukan peribadi diri, organisasi dan masyarakat melalui nilai-nilai yang dipersetujui bersama. Nilai-nilai peribadi yang perlu diterapkan oleh anggota adalah membantu diri sendiri, bertanggungjawab, demokrasi, kesamarataan dan perpaduan.

Manakala bagi organisasi, nilai etika perlu diamalkan dalam setiap aktiviti dan perkhidmatan yang dijalankan oleh koperasi. Nilai etika yang diperkatakan adalah keterbukaan, amanah, melaksanakan tanggungjawab sosial dan prihatin terhadap orang lain. Selain daripada itu bagi memastikan perjalanan koperasi disertakan dengan nilai peribadi dan etika maka prinsip koperasi telah digubal seperti berikut:

1. Keanggotaan terbuka dan sukarela
2. Kawalan demokratik anggota
3. Penyertaan ekonomi anggota
4. Autonomi dan kebebasan
5. Pendidikan, latihan dan maklumat
6. Kerjasama antara koperasi
7. Prihatin terhadap komuniti



Ringkasnya, koperasi adalah antara entiti perniagaan yang berasaskan kepada konsep tolong menolong dan keprihatinan terhadap masyarakat di sekelilingnya. Kewujudannya adalah atas kesungguhan sekumpulan manusia untuk bekerja bersama-sama bagi menyelesaikan masalah yang dihadapi tanpa mengharapkan bantuan luar. Keseluruhan struktur koperasi adalah berasaskan konsep berdikari dan bekerjasama di mana anggotanya mempunyai hak, kewajipan dan tanggungjawab yang sama serta bersepakat untuk mengurus dan mentadbir secara bersama-sama.

Anggota sebagai Nadi Koperasi

Sebagai pertubuhan berasaskan keanggotaan, peranan anggota dalam koperasi amatlah penting dalam memastikan koperasi yang dianggotai beroperasi dengan baik serta berupaya mencapai matlamat penubuhannya. Penglibatan anggota dalam segala aspek perjalanan koperasi menjadikan anggota sebagai nadi kepada sesebuah koperasi. Tanpa sokongan daripada anggota maka pincanglah koperasi dan matlamat penubuhan koperasi pasti tidak akan tercapai.

Antara faktor-faktor yang membuktikan anggota adalah nadi kepada koperasi ialah:

1. Anggota Pembuat Dasar

Koperasi ditubuhkan oleh mereka yang mendaftarkan diri sebagai anggota. Hak dan tanggungjawab anggota termaktub dalam Undang-undang Kecil yang digubal dan dipersetujui secara majoriti oleh anggota melalui Mesyuarat Agung Tahunan (MAT). Oleh itu, anggota adalah pembuat dasar akan perjalanan koperasi dan penentu kepada hala tuju koperasi dalam menepati kehendak dan keperluan anggota.

2. Anggota Penyumbang Modal

Sebagai sebuah organisasi yang ditubuhkan oleh anggota untuk anggota, mengamalkan nilai murni untuk berdiri atas kaki sendiri serta berpegang kepada prinsip ketiga iaitu anggota menyumbang secara saksama, maka, anggota merupakan penyumbang terbesar kepada apa-apa modal yang diperlukan untuk menjalankan perniagaan dalam koperasi. Sehubungan itu anggota bertanggungjawab untuk menyumbang modal melalui saham dan/atau yuran dan seterusnya berusaha menambahkannya dari semasa ke semasa apabila diperlukan.

3. Anggota Mengawal Koperasi

Koperasi adalah pertubuhan demokratik yang dikawal oleh anggota mengikut prinsip koperasi yang kedua. Anggota terlibat secara aktif dalam membentuk dasar dan pembuatan keputusan dalam koperasi. Melalui Mesyuarat Agung Tahunan (MAT), anggota koperasi akan memilih Anggota Lembaga Koperasi (ALK) dan Jawatankuasa Audit Dalaman (JAD). Oleh itu, anggota mempunyai tanggungjawab dalam mengawal perjalanan pentadbiran dan pengurusan koperasi. Kredibiliti anggota, ALK dan JAD amat penting untuk mengawasi perjalanan koperasi daripada penyelewengan dan salah laku.

4. Anggota Mentadbir dan Mengurus Koperasi

Perjalanan koperasi ditadbir sepenuhnya oleh anggota melalui wakil yang dilantik dalam MAT yang digelar sebagai Anggota Lembaga Koperasi (ALK). ALK diberi tanggungjawab untuk mengurus dan mentadbir koperasi mengikut nilai dan prinsip koperasi serta Undang-undang Kecil yang diterima pakai. Selain daripada mentadbir koperasi, ALK juga bertanggungjawab dalam merancang dan melaksanakan aktiviti yang diperlukan oleh anggota sama ada aktiviti sosial mahupun ekonomi. Walau bagaimana pun, anggota perlu bersama-sama memberi pandangan, idea dan pemikiran yang inovatif untuk memajukan koperasi.

5. Anggota Mengawasi Koperasi

Jawatankuasa Audit Dalaman (JAD) dilantik di kalangan anggota atas cadangan ALK. Tugas dan tanggungjawab JAD adalah untuk mengawal perjalanan koperasi mengikut perundangan koperasi. Oleh itu, JAD menjadi wakil kepada anggota untuk memastikan koperasi ditadbir dan diurus secara telus dan berintegriti. JAD juga wajib membuat laporan kepada anggota dalam MAT untuk pengetahuan anggota agar tindakan sewajarnya boleh diambil.

6. Anggota Sebagai Pengguna/Pelanggan Koperasi

Perniagaan yang dijalankan oleh koperasi bertujuan untuk mengatasi masalah anggota secara bersama. Oleh itu, anggota perlulah memberikan sokongan kepada setiap aktiviti yang dijalankan oleh koperasi dengan menjadi pelanggan/ pengguna kepada perniagaan dan perkhidmatan yang dijalankan. Sebagai pengguna, anggota bertanggungjawab untuk terlibat secara aktif dalam semua aktiviti koperasi dengan memberi maklum balas kepada koperasi akan kedudukan perniagaan koperasi supaya perniagaan dan perkhidmatan koperasi dapat ditingkatkan.

7. Anggota Sebagai Pekerja

Walaupun tidak menjadi kemestian pekerja koperasi mesti di kalangan anggota, tetapi dengan menjadikan anggota sebagai pekerja, mampu untuk meningkatkan perniagaan dan perkhidmatan koperasi. Banyak koperasi di luar negara seperti Koperasi Pekerja di Mondragon dan Koperasi 8th day Coop di UK, membuktikan anggota yang menjadi pekerja koperasi adalah lebih prihatin terhadap kemajuan koperasi mereka. Mereka juga memastikan koperasi ditadbir dan diurus mengikut nilai dan prinsip koperasi.



Secara umumnya, anggota koperasi memegang dwiperanan dalam koperasi mereka iaitu sebagai **PEMILIK** dan **PENGGUNA**. Namun, kejayaan koperasi tidak dapat dicapai sekiranya koperasi masih lagi terbelenggu dengan isu-isu yang merencatkan pembangunan gerakan koperasi. Antara isu yang dihadapi anggota adalah berkaitan masalah kefahaman dan penglibatan anggota yang rendah terutama dalam kesukaran mendapatkan tambahan modal untuk mengembangkan perniagaan koperasi daripada anggota kerana anggota kurang berkeyakinan untuk melabur dalam aktiviti koperasi. Terdapat juga anggota yang terlalu bergantung dan melepaskan tanggungjawab sepenuhnya pada ALK yang akhirnya membawa kepada isu penyelewengan yang kesannya memberi impak negatif kepada koperasi dan seluruh gerakan amnya.

Malah, ada keadaan seperti anggota tidak setia kepada koperasi dengan menjual atau menggunakan perkhidmatan pihak lain demi mendapatkan keuntungan peribadi walaupun koperasi menyediakan kemudahan tersebut (Charles G. Enriquez). Akibat daripada kegagalan anggota menghayati falsafah, nilai dan prinsip koperasi serta menjalankan hak dan tanggungjawab mereka inilah yang membawa kepada kekangan untuk perkembangan koperasi.

Contoh Koperasi Berjaya atas Sokongan Anggota

Bagi koperasi-koperasi yang berjaya, boleh dilihat dengan jelas faktor yang membawa kepada kejayaan kepada koperasi ini adalah kerana terdapatnya penghayatan, kesedaran, dan pemahaman anggota terhadap matlamat dan konsep penubuhan koperasi, nilai-nilai serta prinsip-prinsip koperasi yang perlu diamalkan dalam pentadbiran dan pengurusan koperasi oleh semua yang terlibat di dalamnya.

a) Koperasi Pengguna The Cooperative Group di United Kingdom

Cooperative Group mempunyai anggota seramai lapan juta orang dan sangat berjaya dalam setiap aktiviti perniagaan mereka. Koperasi ini berjaya sebagai koperasi pengguna yang terbesar di Eropah atas faktor sokongan padu anggotanya yang menjadi pelanggan setia kepada koperasi. Pada tahun 2015, perniagaan koperasi terus teguh dengan keuntungan asas sebelum cukai meningkat dari £73 juta pada tahun 2014 kepada £81 juta pada tahun 2015.

Anggota juga sentiasa memberikan maklum balas kepada koperasi untuk menambah baik perkhidmatan mereka melalui saluran media yang disediakan oleh koperasi. Hasil dari maklum balas yang diberikan koperasi mampu untuk memahami keperluan dan kehendak anggota yang juga merupakan pelanggan mereka.

b) Bamapcom Entrepreneurs' Mulltipurpose Cooperative (BEMC) di Filipina

BEMC juga merupakan salah satu contoh penglibatan anggota yang berjaya menggerakkan koperasi dengan keanggotaan kini seramai 770 anggota yang aktif. Koperasi kredit yang lahir dari kekangan kewangan para peniaga di Baguio Market Plaza yang terjerat dengan pemberi pinjaman tidak berlesen ini memulakan sumbangan sebanyak satu peso melalui kutipan harian simpanan anggota. Atas faktor dedikasi dan kesetiaan anggota yang meminjam dan menjelaskan hutang tersebut sebelum tempoh matang, kini koperasi ini boleh berbangga memiliki aset sejumlah 73, 540, 558 peso.

c) Koperasi Tunas Muda Sungai Ara Berhad, Pulau Pinang

Menerima Anugerah Koperasi Terbaik ke-7 pada Hari Koperasi Negara Tahun 2015 dan Anugerah Koperasi Cemerlang Hartanah Peringkat Pulau Pinang Tahun 2016. Koperasi ini telah berjaya meningkatkan keuntungan sebelum cukai dari RM30 juta pada tahun 2013 kepada RM35 juta pada tahun 2014. Memiliki anggota seramai 1,334 orang, koperasi tidak pernah menghadapi masalah dalam mendapatkan kuorum untuk Mesyuarat Agung dengan kehadiran anggota pernah mencatat seramai 95 peratus kehadiran. Malahan anggota koperasi sentiasa memberikan kerjasama dengan menghadiri dan melibatkan diri dalam apa sahaja aktiviti yang dianjurkan dan dilaksanakan oleh koperasi. Penglibatan seperti ini menjadi bukti bahawa anggotanya memberikan komitmen penuh dalam melaksanakan tanggungjawab hingga membawa koperasi mencapai tahap ini.

d) Koperasi Adik Kakak Kampung Pulau Rusa Kuala Terengganu Berhad (KODIKA)

KODIKA, koperasi kredit ini dianggotai oleh penduduk Kampung Rusa yang terdiri daripada latar belakang yang berbeza. Dengan jumlah keanggotaan seramai 1,281 orang, koperasi ini mampu untuk memenangi beberapa anugerah seperti Anugerah Koperasi Kredit Terbaik (2010), Koperasi Terbaik Hari Koperasi (2011), Koperasi Inovasi dan Kreativiti serta mendapat Sijil Penarafan (Flame-T) 5 bintang (2010- 2012) dari Suruhanjaya Koperasi Malaysia. Kejayaan koperasi diraih atas kerjasama dan sokongan yang diberikan oleh anggota. Sebagai sebuah koperasi kredit, KODIKA menjalankan aktiviti jimat cermat dan pinjam meminjam. Tidak seperti koperasi kredit yang lain anggota KODIKA komited untuk membayar balik pinjaman mereka sehingga koperasi ini tidak mempunyai hutang lapuk (NPL=0).



Kesimpulan

Matlamat penubuhan koperasi adalah untuk mengatasi masalah anggota secara bersama berlandaskan kepada nilai dan prinsip koperasi. Ideologi koperasi seperti nilai dan prinsip koperasi membentuk anggota yang bekerjasama dan mempunyai kesepakatan dalam apa sahaja aktiviti yang dilaksanakan. Hanya melalui kesepakatan ini koperasi mampu untuk mencapai matlamat koperasi.

daripada dasar yang ditetapkan melalui MAT sehinggalah penggunaan perkhidmatan dan perniagaan yang dijalankan oleh koperasi perlu mendapat sokongan dan penglibatan dari anggota yang faham akan matlamat penubuhan koperasi serta mengamalkan nilai dan prinsip koperasi.

Kejayaan koperasi banyak bergantung kepada sokongan dan kerjasama anggota koperasi. Kedudukan anggota sebagai PEMILIK dan PENGGUNA itu sahaja dapat membuktikan bahawa perjalanan koperasi bergantung penuh kepada anggota sehingga menjadikan anggota sebagai nadi koperasi. Bermula

Oleh itu, anggota perlulah memahami dan melaksanakan hak dan tanggungjawab mereka dalam koperasi serta memberikan sokongan padu kepada mereka yang telah dilantik seperti Anggota Lembaga Koperasi, Jawatankuasa Audit Dalaman serta kakitangan koperasi dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab. Tanpa anggota maka koperasi tidak mampu untuk meraih kejayaan.



*Bak kata pepatah,
Bulat air kerana pembetung,
bulat manusia kerana muafakat.

Hati gajah sama dilapah,
hati kuman sama dicecah.

Berat sama dipikul,
ringan sama dijinjing.*

“Pelanggan Gembira, Koperasi Sejahtera”

Mohamad Suandi Hj Mortadza
msuandi@mkm.edu.my
Maktab Koperasi Malaysia Zon Sarawak

Pengenalan

Sesebuah perniagaan yang berjaya akan mencuba pelbagai cara untuk mengekalkan pelanggan mereka. “Pelanggan sentiasa betul” atau “pelanggan adalah raja” adalah sebahagian tagline yang sering kita dengar dan digunakan oleh syarikat ternama untuk memastikan pelanggan mereka sentiasa gembira apabila berurusan dengan mereka. Pelanggan umpama talian hayat yang akan memastikan kelangsungan sesebuah perniagaan kekal hingga ke hari ini. Pelanggan juga adalah penyumbang utama kepada keuntungan perniagaan. Justeru, pelanggan dan koperasi tidak boleh dipisahkan. Pelanggan kepada perniagaan koperasi amat penting dalam memastikan koperasi mencapai matlamat penubuhannya. Lantaran itu, koperasi perlu memastikan pelanggan mereka gembira dan berpuas hati terhadap produk mahupun perkhidmatan yang ditawarkan.



Siapa Pelanggan Koperasi

Umum mengetahui bahawa koperasi adalah suatu pertubuhan orang berautonomi yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi keperluan dan aspirasi ekonomi, sosial, dan budaya mereka yang sama melalui suatu perusahaan milik bersama dan dikawal secara demokrasi. Manakala, koperasi dianggotai oleh seseorang atau sesuatu koperasi yang turut sama dalam permohonan pendaftaran sesuatu koperasi dan yang telah menandatangani minit mesyuarat agung permulaan koperasi itu dan seseorang atau sesuatu koperasi yang diterima menjadi anggota koperasi mengikut peraturan-peraturan dan undang-undang kecil selepas pendaftaran. (Akta Koperasi, 1993) Ini menunjukkan bahawa anggota koperasi adalah merupakan pelanggan langsung kepada produk atau perkhidmatan yang disediakan oleh koperasi.

Malah apa yang menariknya dalam konteks pengurusan dan pentadbiran koperasi wujudnya istilah potongan langganan. Potongan langganan bererti bahagian keuntungan sesuatu koperasi yang dibahagikan dalam kalangan anggota-anggotanya mengikut kadar banyaknya perniagaan yang dilakukan oleh mereka dengan koperasi itu dan yang daripadanya keuntungan koperasi itu diperolehi. (Akta Koperasi, 1993) Sehubungan itu, semakin banyak atau besar langganan anggota terhadap produk dan perkhidmatan koperasi, maka semakin besar juga faedah yang akan diperolehi oleh anggota. Pada masa yang sama juga, bukan anggota turut sama menjadi pelanggan koperasi.

Anggota atau bukan anggota tetap pelanggan kepada koperasi. Pelanggan terdiri daripada pelbagai kategori. Pengurusan koperasi perlu memahami kategori-kategori pelanggan ini dalam usaha untuk menjayakan misi perniagaan koperasi. Md. Ali Berahim (2010) telah mengkategorikan pelanggan mengikut kesetiaan kepada beberapa kategori seperti berikut :

a) Benar-benar setia

Benar-benar setia adalah kategori kesetiaan yang tertinggi dalam perniagaan ataupun organisasi. Tidak semua pelanggan berada dalam kategori ini kerana mereka akan memberitahu keluarga, sahabat handai dan orang lain tentang kebaikan perniagaan. Mereka juga sentiasa memberikan testimoni yang baik bagi menggalakkan orang lain menggunakan produk atau perkhidmatan yang disediakan.

b) Ada niat mahu setia

Pelanggan kategori ini tidak bermusuhan dengan perniagaan dan tidak membawa cerita negatif mengenai langganan mereka. Mereka juga tidak berurus niaga dengan perniagaan lain. Mereka tahu banyak kebaikan cuma mereka belum memerlukan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan.

c) Setia hendak mencuba

Pelanggan jenis ini pula adalah pelanggan yang berurus niaga kerana hendak mencuba produk atau perkhidmatan sesebuah perniagaan. Mereka ingin mencuba terlebih dahulu dan sekiranya mereka berpuas hati mereka akan terus melanggan.

d) Setia suka-suka

Pelanggan seperti ini berurusan mengikut kata hati mereka sahaja. Mereka juga berurusan disebabkan minat sahaja. Jika mereka tidak berminat, maka mereka tidak akan berurusan.

e) Setia terpaksa

Pelanggan kategori ini adalah golongan yang paling ramai dalam satu-satu perniagaan. Mereka bukannya betul-betul rela berurus niaga tetapi berasa terpaksa berurus niaga. Contoh pelanggan kategori ini adalah pelatih-pelatih yang diwajibkan mengikuti kursus atas arahan majikan mereka atau paksan undang-undang.

f) Tidak setia tahu sendiri sahaja

Pelanggan kategori ini pula adalah mereka yang pernah kecewa dengan produk atau perkhidmatan yang dilanggan sebelum ini. Mereka berasa tidak puas hati dengan kualiti produk atau perkhidmatan dan mungkin aduan mereka sebelum ini tidak diendahkan. Namun, mereka tidak membawa cerita negatif yang mereka alami ke pengetahuan orang lain.

g) Tidak setia beritahu orang lain

Golongan ini pula adalah mereka yang bukan setakat tidak berpuas hati dengan produk atau perkhidmatan malah akan memberitahu orang lain mengenai masalah yang mereka alami. Mereka akan berkongsi pengalaman buruk dan kekecewaan yang mereka lalui dengan pelanggan lain.

h) Musuh pemusnah kesetiaan

Golongan ini adalah merupakan musuh kepada perniagaan. Semua perniagaan pasti berusaha untuk menjauhkan diri daripada golongan ini. Sekiranya sesebuah perniagaan gagal membendung jumlah mereka, sudah pasti jumlah mereka akan meningkat dan akan menjejaskan perniagaan.



Kesilapan Memikat Pelanggan

Pelanggan boleh datang dan pergi. Pelanggan yang tidak mahu lagi berurusan dengan koperasi akan membawa kesan buruk kepada koperasi. Jika koperasi membuat kesilapan-kesilapan dalam usaha memikat pelanggan, maka keuntungan perniagaan koperasi pasti terjejas. Shah Othman (2014), menjelaskan bahawa kesilapan-kesilapan berikut sering dibuat oleh sesebuah perniagaan dalam usaha untuk memikat pelanggan.

a) Tiada kajian penduduk

Sesebuah perniagaan yang tidak membuat kajian terhadap populasi penduduk di kawasan perniagaan boleh membahayakan jangka hayat perniagaan. Penampilan perniagaan yang tidak mengikut gaya dan kehendak kawasan tersebut berpunca daripada ketiadaan kajian terhadap penduduk. Pelanggan yang akan datang juga adalah daripada pelbagai golongan dan memiliki cita rasa yang berbeza. Justeru, ketiadaan kajian penduduk akan menjauhkan perniagaan daripada pelanggan.

b) Tidak mewujudkan 'Brand Awareness'

Pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan. Tiada sistem pemasaran yang lengkap akan menyebabkan pelanggan tidak tahu kewujudan perniagaan. Pada masa yang sama juga kurang atau tiadanya pemberitahuan menerusi medium hebahan seperti kain rentang, akhbar, brosur dan sebagainya mengenai perniagaan di sesebuah tempat mengakibatkan pelanggan tidak sedar kewujudan perniagaan.



c) Kedudukan yang tidak sesuai

Sesebuah perniagaan kadangkala beranggapan lokasi yang dipilih untuk menempatkan perniagaan mungkin strategik. Namun, kedudukannya kadangkadang tidak sesuai sehingga menyebabkan pelanggan sukar berurusan. Begitu juga halnya dalam memilih kedai atau pejabat. Memilih kedudukan yang agak terpencil dan kurang kemudahan seperti ketiadaan ruang meletak kenderaan yang mencukupi akan menyebabkan pelanggan serik untuk datang. Pelanggan juga akan keliru dengan arahan yang diberikan berkenaan tanda ke arah kedai atau pejabat. Justeru, kesukaran pelanggan mendatangkan kerugian kepada perniagaan.

d) Menyangka pelanggan akan datang sendiri

Satu lagi kesilapan yang sering dilakukan oleh pemilik perniagaan adalah menyangka pelanggan akan datang dengan sendirinya untuk mendapatkan produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Sesebuah perniagaan yang baru jangan berharap pelanggan akan datang dengan sendirinya ke premis perniagaan. Pelanggan tidak akan datang sendirinya ke premis perniagaan kerana mereka tidak tahu apa yang dijual oleh sesebuah perniagaan.

e) Tidak konsisten

Pada awal permulaan perniagaan, produk dan perkhidmatan yang disediakan kepada pelanggan memang luar biasa dan amat memuaskan hati pelanggan. Malah, pemilik perniagaan pada awal penubuhan perniagaan bersemangat tinggi untuk menjayakan perniagaan. Ironinya, lama-kelamaan semangat dan perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan semakin merosot dan mulai luntur. Perkara ini berpunca disebabkan sikap yang tidak konsisten dalam perniagaan yang dibuat.

Dengan memahami kesilapan-kesilapan yang dibuat oleh sesebuah perniagaan seperti yang diterangkan, gerakan koperasi perlu bijaksana untuk menangani secara proaktif bagi memastikan pelanggan perniagaan koperasi sentiasa berpuas hati.

Menggembirakan Pelanggan

Banyak cara mahupun pendekatan boleh diambil untuk membawa kegembiraan kepada pelanggan dan memastikan pelanggan berpuas hati. dengan produk mahupun perkhidmatan yang disediakan. Peter Spallton (2012), menegaskan bahawa untuk memenuhi kemahuan pelanggan pelbagai cara boleh digunakan. Di antaranya ialah beliau menyarankan :

a) Memahami perbandingan antara produk kita dengan produk para pesaing

Tindakan ini juga dinamakan kelebihan persaingan. Di sinilah permulaan kepada pelanggan untuk memilih produk mahupun perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah perniagaan. Sehubungan itu, sesebuah perniagaan perlu membuat senarai perkara yang meyakinkan pelanggan dari aspek mutu dan kebolehpercayaan produk. Selain itu, perbandingan produk kita mesti ditentukan sama ada lebih baik atau rendah jika dibandingkan dengan pesaing. Dalam hal ini, kejujuran amat penting. Seterusnya adalah penentuan kepada perkara-perkara yang lebih baik yang boleh ditawarkan berbanding pesaing. Langkah-langkah penambahbaikan amat dititikberatkan dalam hal ini.

b) Serlahkan jenama produk di pasaran baru

Sesetengah perniagaan berkembang dalam pasaran baru dengan memperkenalkan produk-produk baru. Pada hakikatnya apa yang mereka tawarkan adalah penyatuan dan pengasingan produk-produk sedia ada dalam usaha mereka menjualnya

dengan jenama baru. Misalnya di Eropah, kebanyakan peruncit makanan yang besar mendapatkan khidmat pengilang membekalkan mereka makanan dan minuman serta menjenamakannya sendiri. Dengan adanya jenama baru dalam pasaran akan mengukuhkan daya saing perniagaan dan akan dapat menarik lebih pelanggan.

c) Beri perhatian kepada nilai tambah dan tambah nilai

Nilai tambah bukan menaikkan harga. Nilai tambah adalah meninggikan nilai nyata. Sesebuah perniagaan perlu menaikkan nilai produk dengan kos yang minima. Tujuan nilai tambah adalah untuk membuatkan pelanggan merasakan produk kita bertambah nilainya. Misalnya syarikat penerbangan *Emirate Airways* meningkatkan nilai kepada perkhidmatannya apabila memasang soket audio peribadi dan TV pada setiap tempat duduk. Ini adalah sebahagian contoh syarikat yang menambah nilai perkhidmatan serta produk mereka.

Istilah tambah nilai pula adalah merujuk nilai sebenar dan harga jualan dinaikkan. Contohnya apabila syarikat membuat

generator akan mengambil sub-unit seperti enjin dan menambah sub-unit lain bagi menjadikan sebuah set generator bermotor. Manakala bagi industri penerbitan buku pula ada individu mahupun syarikat yang menjadikan perkara ini sebagai mata pencarian. Mereka dikenali sebagai *packagers*. *Packagers* ini akan memikirkan konsep dan menjualnya kepada penerbit. Mereka akan mendapatkan penulis, pelukis dan pereka bentuk buku yang mewujudkan buku mereka.

d) Mewujudkan pembungkusan serta reka bentuk yang hebat dan menarik

Pelanggan sentiasa membuat pelbagai penilaian terhadap produk dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah perniagaan. Justeru, pelanggan akan melihat bentuk sebenar, warna dan reka bentuk dalam menilai pembungkusan sesuatu produk dalam memenuhi cita rasa mereka. Jika barangan tersebut dijual di kedai, maka pelanggan akan melihat kepada susun atur produk di atas rak dan pembungkusan. Malah, rupa iklan di laman web turut mempengaruhi pelanggan kerana pelanggan mungkin akan membeli menerusi laman web. Pada masa yang sama juga pelanggan juga mahukan gaya bahasa yang digunakan bagi tujuan mempromosi tidak berbelit-belit kerana pelanggan khawatir perniagaan tersebut menyembunyikan sesuatu dan mungkin pelanggan akan tertipu.

Dalam usaha memastikan pelanggan gembira serta berpuas hati dengan produk dan perkhidmatan yang kita tawarkan, Irfan Khairi (2015), turut menekankan tujuh sebab pelanggan akan memilih produk atau perkhidmatan kita. Tujuh sebab tersebut adalah:

a) Produk atau perkhidmatan kita lebih mudah untuk dibeli

Pelanggan inginkan kemudahan dan kesenangan. Proses jualan harus dipermudahkan supaya tidak mengelirukan. Proses jualan yang mudah, akan memudahkan mereka membeli dari perniagaan kita.

b) Produk dan perkhidmatan pantas

Kini, kepantasan perniagaan adalah penting. Pelanggan inginkan produk atau perkhidmatan yang dibeli dapat sampai ke tangan pelanggan dengan pantas. Sekiranya perniagaan kita boleh memberi produk atau perkhidmatan yang lebih pantas dari pesaing, maka perniagaan kita akan menjadi pilihan.

c) Pelanggan juga mendapat reputasi

Sekiranya perniagaan kita mempunyai jenama dan reputasi yang baik, pelanggan juga akan mendapat reputasi tersebut. Pelanggan suka membeli sesuatu yang dikenali kerana perkara ini akan membuatkan diri mereka berasa bangga dan suka dengan belian itu. Justeru, kredibiliti dan reputasi perniagaan kita perlu ditinggikan dari masa ke semasa.

d) Kos jangka panjang adalah rendah

Tidak semestinya produk yang kita jual adalah murah untuk berjaya meningkatkan jualan. Namun, apa yang penting adalah kualiti produk dapat bertahan lama agar pelanggan tidak perlu gantian dengan segera. Kualiti perniagaan yang dijalankan adalah keutamaan kepada pelanggan.

e) Perkhidmatan pelanggan perlu lebih mesra

Pada ketika zaman kecanggihan komunikasi pada hari ini, komunikasi antara pelanggan dan perniagaan adalah amat penting. Pelanggan akan membeli dengan lebih mudah sekiranya mereka tahu apa sahaja masalah akan dapat diselesaikan dengan pantas dan penuh mesra.

f) Perkhidmatan mahal tiada masalah

Produk atau perkhidmatan yang kita sediakan kadangkala mempunyai perbezaan yang ketara yang membuatkan produk dan perniagaan kita lebih baik dan mungkin lebih mahal. Pelanggan tiada masalah dengan harga yang mahal asalkan ciri-ciri produk berjaya menawan mereka menerusi perbezaan dari segi jenama dan populariti yang dipersembahkan.

g) Pelanggan menyukai kita

Pelanggan adalah manusia juga dan sebagai manusia, kita semua pastinya lebih selesa membuat jual beli bersama orang yang kita kenal atau sahabat. Kita semestinya harus membina hubungan kita dengan pelanggan dan prospek pelanggan dengan baik. Akhirnya mereka akan lebih muda berurusan dengan kita.

Selanjutnya, Shah Othman (2014), turut menekankan usaha memikat pelanggan dalam memastikan mereka sentiasa mahu berurusan dengan perniagaan kita dengan dua pendekatan:

a) Memikat pelanggan dengan susulan

Pelanggan akan berasa sangat dihargai apabila mereka dihubungi untuk pertanyaan berkenaan produk atau perkhidmatan yang mereka telah langgan. Panggilan susulan juga bertujuan mendapatkan jawapan daripada pelanggan berkenaan tawaran perniagaan kepada mereka. Pelanggan yang sudah diberi penjelasan mengenai produk akan meminta masa untuk mereka membuat keputusan. Di antara langkah-langkah yang boleh dibuat dalam peringkat susulan adalah seperti berikut :

- i) Susulan pada keesokan harinya. Dalam tempoh 24 jam pelanggan masih mengingati apa yang dibincangkan. Pelanggan akan lebih mudah membuat keputusan untuk membeli dalam tempoh ini. Lebih lama kita membiarkan pelanggan kita, pelanggan kita akan mendapatkan produk atau perkhidmatan yang sama daripada pesaing.
- ii) Susulan selepas dua hari. Untuk susulan seperti ini lebih sesuai digunakan untuk produk yang mahal harganya. Namun, keberkesanannya adalah mengikut produk dan pelanggan sendiri. Kadangkala produk yang dijual seperti ini sesuai untuk kegunaan syarikat dan bukan individu. Syarikat kebiasaannya mempunyai masa yang lebih panjang.

- iii) Susulan selepas produk dihantar. Masa terbaik adalah membuat susulan pada hari yang sama di antara dua hingga tiga jam selepas penghantaran. Susulan seminggu selepas penghantaran dibuat adalah bertujuan untuk bertanya jika terdapat sebarang masalah yang disebabkan penggunaan produk. Manakala susulan setelah sebulan atau dua bulan pula selepas produk dihantar bertujuan menawarkan produk lain yang berkaitan.

b) Berfikir seperti pelanggan

Pemilik perniagaan perlu berfikir seperti pelanggan. Persoalan-persoalan seperti adakah pelanggan faham dengan apa yang kita sampaikan, adakah pelanggan suka menu yang kita sediakan di restoran, apakah kebaikan penggunaan produk ini, kenapa pembungkusannya tidak menarik dan banyak lagi harus menjadi panduan kepada pemilik perniagaan dalam penyediaan produk mahupun perkhidmatan yang bakal ditawarkan.

Kesimpulan

Jika sesebuah perniagaan tidak mampu menggembirakan pelanggan, maka hubungan dan keakraban pelanggan dengan perniagaan akan turut terkesan. Keakraban dengan pelanggan sangat penting bagi membolehkan perniagaan memenuhi keperluan spesifik pelanggan seperti keperluan kualiti dan jadual operasi pelanggan. Keupayaan memenuhi keperluan spesifik pelanggan mampu mengurangkan risiko untuk mereka beralih kepada pesaing (Zulnaidi Yaacob, 2015). Jika pelanggan memilih produk atau perkhidmatan pesaing koperasi, sudah pasti keuntungan perniagaan koperasi akan terjejas. Namun begitu, memastikan hanya pelanggan gembira juga belum cukup menjamin perniagaan berjaya. Zulnaidi Yaacob (2015), menyatakan bahawa selain pelanggan, faktor kritikal lain terhadap pembangunan perniagaan adalah pembekal dan pekerja. Hubungan perniagaan dengan pelanggan, pembekal dan pekerja perlu diurus dengan bijaksana serta efektif bagi membuahkan hasil yang baik kepada perniagaan.





Pengenalan

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian maklumat daripada satu pihak kepada pihak yang lain. Verdeber K. & Verdeber R. (2004), dan Hybels & Weaver (2001), mendefinisikan

komunikasi sebagai proses membentuk dan berkongsi makna, perasaan dan idea dalam ucapan, interaksi kumpulan bertulis atau ucapan awam. Proses komunikasi biasanya melibatkan individu dan interaksi mereka dengan unsur-unsur konteks, mesej, saluran, bunyi bising (gangguan) dan maklum balas diguna pakai.

KOMUNIKASI BERKESAN

DALAM KOPERASI

Arfizawati Abd Hadi
arfizawati@mkm.edu.my
Sektor Perkhidmatan Kewangan dan Perbankan

Lazimnya, komunikasi dapat dilakukan sama ada secara lisan atau verbal yang dapat difahami oleh kedua-dua belah pihak. Akan tetapi, komunikasi juga boleh berlaku dengan menggunakan bahasa badan seperti tersenyum, menganggukkan kepala dan mengangkat bahu. Menurut James A.F.Stoner (1995), komunikasi adalah suatu proses apabila seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.

Menurut Hisyam al-Talib (1992), komunikasi adalah "membenarkan orang lain mengetahui tentang diri kita, dan membenarkan mereka untuk saling memahami dengan kita. Sekiranya ini berlaku, mereka akan menghormati kita. Walau bagaimanapun, proses ini melibatkan perkongsian pemikiran (idea) dan perasaan dengan orang lain secara jujur." Ini bererti, dalam berkomunikasi, apa yang ingin kita sampaikan, perlu difahami tentang kedudukan sesuatu perkara serta wujud keadaan saling faham-memahami antara satu sama lain. Hasil komunikasi yang baik akan mewujudkan perkongsian pemikiran dan berkemungkinan akan mengubah sikap dan perangai pendengar (Mohd Yusof Othman. 2003).

Sehubungan itu, komunikasi adalah penting dalam kehidupan harian bagi perhubungan, penyampaian maklumat dan memperoleh maklumat. Begitu juga di dalam koperasi, komunikasi yang berkesan adalah penting bagi setiap interaksi sama ada dengan anggota mahupun dengan kakitangan koperasi. Ini kerana, komunikasi yang berkesan mampu membuatkan penerima maklumat yakin terhadap apa yang disampaikan.



Pengertian Komunikasi dalam Organisasi

Menurut definisi **William F.Glueck** komunikasi dapat dibahagi kepada dua bentuk iaitu:

- **Komunikasi Interpersonal** adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.
- **Komunikasi Organisasi** adalah proses di mana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang ramai dalam organisasi dan kepada individu dan Lembaga yang ada hubungan di luar organisasi.

Dalam buku "Pengurusan Diri" yang ditulis oleh Mohd Yusof Othman menyatakan bahawa komunikasi dalam organisasi dapat ditakrifkan sebagai "suatu kuasa yang menghubungkan pemimpin dengan orang yang dipimpin supaya dapat menggerakkan tenaga dengan tersusun untuk mencapai objektif bersama." Dalam organisasi, komunikasi merupakan alat perhubungan antara pemimpin dengan orang yang dipimpin. Pemimpin mesti mempunyai

matlamat dan misi yang jelas tentang apa yang ingin dicapai oleh koperasinya. Pemimpin perlu memastikan orang-orang yang di bawahnya agar memahami matlamat koperasi seterusnya melaksanakan tanggungjawab masing-masing untuk mencapai objektif koperasi. Dengan demikian, pemimpin perlu terlebih dahulu memahami apa yang ingin disampaikan oleh koperasi yang dipimpinnya (Mohd Yusof Othman. 2003).

Saidina Ali r.a. pernah menyebut : "*Sesiapa yang dilantik menjadi pemimpin manusia, hendaklah ia mula dengan mengajar dirinya sendiri terlebih dahulu sebelum ia mengajar orang lain. Hendaklah ia mengajar dengan perjalanan hidup sebelum mengajar dengan lida. Orang-orang yang dapat mengajar dan melatih dirinya sendiri itu lebih layak dihormati daripada mereka yang mengajar orang lain.*" Kata-kata Saidina Ali ini membawa maksud bahawa sesuatu kepimpinan itu akan lebih berkesan sekiranya pemimpin memulakan dahulu sesuatu perkara sebelum diarahkan kepada orang-orang bawahannya untuk melaksanakannya (Mohd Yusof Othman. 2003).

Jenis-jenis Komunikasi

Komunikasi terbahagi kepada dua jenis. Jenis yang pertama ialah **komunikasi lisan** atau dikenali juga dengan **komunikasi verbal**. Komunikasi lisan bermaksud sebarang komunikasi yang disampaikan kepada pendengar dengan menggunakan bahasa pertuturan. Contohnya, berceramah, berpidato, pengucapan umum, temu ramah dan sebagainya (Abdullah Hassan dan Ainon Mohd. 2001).

Dalam senario gerakan koperasi, komunikasi lisan dapat dilaksanakan dalam Mesyuarat Agung (MA) yang menghubungkan anggota dan Anggota Lembaga Koperasi (ALK). Anggota digalakkan terlibat secara aktif semasa mesyuarat agung dijalankan dan membuka peluang untuk anggota

menyuarakan pendapat berkaitan hal ehwal koperasi. ALK dan Juru Audit Dalam (JAD) perlu hadir dalam setiap MA supaya segala persoalan yang dikemukakan oleh anggota dapat ditangani.

Manakala jenis komunikasi yang kedua pula ialah **komunikasi bukan lisan** atau dikenali juga sebagai komunikasi non-verbal. Komunikasi bukan lisan boleh diertikan sebagai sebarang komunikasi yang disampaikan kepada pendengar tanpa melibatkan bahasa pertuturan atau melalui isyarat. Contohnya tulisan, simbol, cara pemakaian, ekspresi muka, pandangan mata, gerak-geri anggota tubuh, nada suara dan sebagainya (Abdullah Hassan dan Ainon Mohd. 2001).



Komunikasi bukan lisan lebih berkesan daripada komunikasi lisan. Apabila komunikasi lisan dan komunikasi bukan lisan tidak selari, komunikasi bukan lisan lebih diutamakan. Hal ini kerana komunikasi bukan lisan yang terpamer daripada tubuh selalunya bertindak secara semula jadi dan ada kalanya mudah dikenal pasti oleh orang lain. Menurut seorang ahli psikologi Amerika, Mehrabian mengatakan bahawa apabila seorang manusia cuba menyampaikan perasaan atau hasrat hatinya, komunikasi yang terlibat ialah 55 peratus komunikasi bukan lisan, 38 peratus melalui intonasi dan tujuh peratus melibatkan komunikasi lisan. Hal ini menunjukkan peratusan komunikasi bukan lisan adalah yang tertinggi dan ianya bersifat kekal yang diwarisi melalui pendidikan sejak kecil (Dewan Bahasa. Disember 2008).

Dalam gerakan koperasi komunikasi bukan lisan dalam bentuk penulisan ada dinyatakan dalam struktur perundangan koperasi di Malaysia sebagaimana yang telah disediakan oleh Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) seperti Akta Suruhanjaya Koperasi Malaysia 2007, Akta Koperasi 1993, Peraturan-peraturan Koperasi, Perintah, Arahan, Garis Panduan, Pekeliling, Notis, Panduan Undang-undang Kecil Koperasi dan panduan Aturan Aktiviti Koperasi. Ianya sebagai panduan dan rujukan kepada gerakan koperasi dalam aspek penubuhan dan pengendalian sesebuah koperasi.

Kefahaman terhadap struktur perundangan ini juga dilaksanakan secara lisan dengan menghadiri kursus wajib di Maktab Koperasi Malaysia (MKM) dan secara konsultasi di SKM bagi penerangan yang lebih mendalam.

Teknik-teknik Komunikasi Berkesan dalam Koperasi

Penekanan terhadap komunikasi dalam koperasi ada dinyatakan dalam Garis Panduan Tadbir Urus Koperasi dengan merujuk kepada Garis Panduan 27 (GP 27). GP 27 ini dikeluarkan di bawah seksyen 86B Akta Koperasi 1993 (Akta) oleh SKM di dalam prinsip ke-12. Dalam Prinsip 12 menyatakan mengenai Penyampaian Maklumat Melalui Saluran Komunikasi yang Berkesan. Penerangan mengenai prinsip ini adalah seperti berikut:

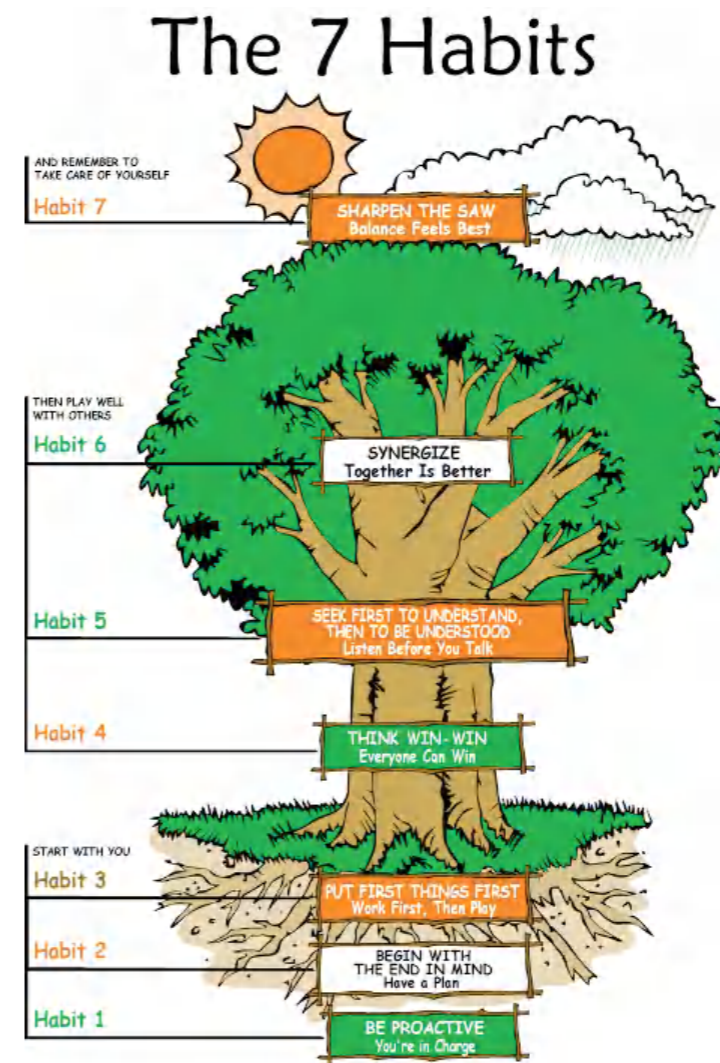
- i. Lembaga hendaklah sentiasa mengamalkan komunikasi yang efektif dengan semua anggota, kakitangan dan pihak berkepentingan.
- ii. Mesyuarat Agung adalah saluran komunikasi penting yang menghubungkan anggota dan Lembaga. Koperasi hendaklah menggalakkan anggota terlibat secara aktif semasa MA dijalankan dan membuka peluang untuk anggota menyuarakan pendapat berkaitan hal ehwal koperasi. Lembaga dan JAD perlu hadir dalam setiap MA supaya segala persoalan yang dikemukakan oleh anggota dapat ditangani.
- iii. Koperasi perlu dari semasa ke semasa menyampaikan maklumat penting dan terkini kepada anggota dan pihak berkepentingan dalam bentuk dan jangka waktu yang munasabah. Koperasi juga perlu mengumpul maklumat dan mendapatkan maklum balas daripada anggota untuk meningkatkan perkhidmatan koperasi.

Oleh itu, terdapat beberapa teknik yang berkesan yang boleh diamalkan oleh kepimpinan koperasi.

a) Jelas tentang maklumat dan tujuan yang ingin disampaikan

ALK memainkan peranan penting dalam menyampaikan visi dan misi sesebuah koperasi. Perancangan terhadap aktiviti koperasi serta segala tindakan demi kepentingan koperasi perlulah mendapat kelulusan dalam MA Koperasi. ALK dan pengurus koperasi perlu memiliki kemahiran dalam menyampaikan hasrat tersebut dan pastinya ia merupakan satu cabaran yang hebat. Menurut Mohd Yusof Othman. 2003, terdapat beberapa cara untuk meningkatkan keberkesanan komunikasi dalam organisasi. Pertama sebelum menyampaikan sesuatu maklumat, ALK dan pengurus koperasi perlulah jelas tentang maklumat dan tujuan yang ingin disampaikan. Bahan yang ingin disampaikan pula mestilah tersusun, ringkas dan padat supaya mudah difahami oleh pendengar. Ini perlu diaplikasikan oleh ALK dan pengurus koperasi dalam mendapat persetujuan dalam Mesyuarat Agung Tahunan (MAT) koperasi.

Contohnya, terdapat penekanan dinyatakan dalam satu riwayat, Aishah r.a. pernah berkata, "Susunan kata Rasulullah tidaklah seperti susunan kata kamu sekalian ini. Akan tetapi baginda berbicara dengan perkataan yang terang dan jelas ,mudah dihafal oleh sesiapa yang hadapi."



b) Memahami diri orang lain sebelum orang lain memahami diri kita

Kaedah lain yang perlu diberi penekanan adalah semasa berkomunikasi, sebagai ALK dan pengurus koperasi, kita perlu memahami diri orang lain sebelum orang lain memahami diri kita. Ini ada dinyatakan di dalam buku, "The 7 Habits of Highly Effective People" yang ditulis oleh Stephen Covey (1990), 'Seek first to understand, then to be understood' yang bermaksud cuba memahami dahulu, kemudian cuba untuk difahami. Oleh itu untuk menjadikan komunikasi lebih berkesan, kita perlulah terlebih dahulu memahami situasi, keadaan dan jiwa pendengar sebelum pendengar memahami diri ALK dan pengurus koperasi (Mohd Yusof Othman. 2003). Pasti kehadiran anggota koperasi dalam MAT adalah untuk mendengar prestasi koperasi untuk jangka masa yang ditetapkan. Oleh itu ALK dan pengurus koperasi perlu bersiap siaga kemungkinan persoalan dan jawapan yang dijangka apabila mendengar sesuatu perkhabaran baik atau sebaliknya.

c) Pengisian penyampaian yang 'segar' dan menarik

Selain itu, dalam menarik perhatian anggota atau pekerja koperasi, kemahiran dalam mempelbagaikan penyampaian oleh ALK dan pengurus koperasi perlu sentiasa 'segar' kepada pendengar, sebagai ALK dan pengurus koperasi boleh menambah beberapa bahan yang menarik seperti statistik, kata-kata hikmah, carta dan seumpamanya. Selain itu, ALK dan pengurus koperasi juga boleh menggunakan alat bantu seperti 'overhead projector', papan layar berkomputer dan pelbagai alat pandang dengar yang lain (Mohd Yusof Othman. 2003).

Aspek lain yang perlu diberi perhatian oleh ALK dan pengurus koperasi adalah teknik kepada penggunaan pengucapan yang baik. Melalui gaya yang menarik dengan kawalan terhadap kelajuan sebutan perkataan dan intonasi suara, memilih bahasa dan istilah yang sesuai, ekspresi muka, dan hubungan mata antara ALK dan pengurus koperasi dengan pendengar iaitu anggota koperasi, pekerja dan individu yang berkaitan. Panduan yang terbaik untuk menampilkan wajah dan ekspresi muka adalah dengan wajah yang ceria dan murah dengan senyuman. Manakala ekspresi muka yang serius bagi menggambarkan sesuatu yang agak serius dan bersungguh. Untuk mengawal situasi ketika berkomunikasi atau berucap pula adalah dengan melihat ke arah khalayak dalam bentuk "Z", iaitu dari kiri ke kanan, dari depan ke belakang, dan ke semua arah. Di samping itu, cara pemakaian yang menarik juga mempengaruhi penerimaan pendengar (Dewan Bahasa. Disember 2008).



d) Kredibiliti

Sebagai penyampai maklumat, ALK dan pengurus koperasi memerlukan penyampaian yang meyakinkan dan berkredibiliti. Ia merupakan kunci utama dalam meyakinkan anggota koperasi terhadap usul atau cadangan yang ingin disampaikan. Dalam penulisan *PDA Untuk Pemimpin Berwibawa* oleh Ahmad Fadzli Yusof dan Amin Idris. (2007), terdapat dua cara untuk memperoleh kredibiliti. Pertama, penutur mesti yakin dan percaya tentang apa yang disampaikan berdasarkan sumber yang sahih, fakta yang tepat dan maklumat yang betul. Kedua, penutur mestilah terlebih dahulu melakukan apa yang diperkatakan supaya orang yang mendengar akan lebih terkesan di hati. Hal ini dikuatkan lagi dengan bukti daripada al-Quran dalam surah al-Saff ayat keempat yang bermaksud: Amat besar kebenciannya di sisi Allah - kamu memperkatakan sesuatu yang kamu tidak melakukannya. Oleh itu, sebagai ALK, pengurus koperasi dan kepimpinan yang telah diberikan kepercayaan oleh anggota koperasi perlu telus dalam membentangkan cadangan dan prestasi koperasi.



e) Mengenal pasti taraf pendengar dalam penyampaian

Cara yang lain untuk meningkatkan keberkesanan komunikasi ialah ALK dan pengurus koperasi perlu mempertimbangkan taraf pendengar. ALK, pengurus koperasi, pihak pengurusan dan pekerja koperasi sepatutnya mengetahui atau menyelidik akan latar belakang pendidikan, dan status pekerjaan anggota koperasi yang pasti mempengaruhi kefahaman pendengar, suasana sosial, tanggapan diri dan juga cara pemikiran. *Kebijaksanaan ALK dan pengurus koperasi* perlu adakan perkara susulan apabila komunikasi telah dijalankan. Antara langkah susulan yang boleh diambil ialah bertanya, berinteraksi atau meminta reaksi daripada pendengar. Langkah susulan ini adalah penting untuk mengetahui sejauh mana tahap kefahaman pendengar tentang apa yang telah disampaikan sekali gus mengelakkan pendengar membuat kesimpulan sendiri yang mungkin tidak bertepatan dengan maksud asal (Mohd Yusof Othman. 2003).

Keperluan Komunikasi dalam Koperasi

Kejayaan sesebuah koperasi pastinya memerlukan kesungguhan setiap ALK, pengurus koperasi, pekerja dan anggota koperasi secara keseluruhannya. Tanpa komunikasi yang baik dan berkesan pastinya koperasi akan mengalami kegagalan dalam mencapai visi dan misi penubuhan sesebuah koperasi sekali gus mengecewakan harapan anggota koperasi yang menaruh kepercayaan akan kewibawaan kepimpinannya.

Oleh itu, elemen penting dalam mengekalkan kewujudan dan keutuhan sesebuah koperasi adalah menghargai keperluan dan kepentingan berkomunikasi secara total.

Menurut Indramansyah (1999), fungsi komunikasi adalah memberi jaminan keselarasan dan ketepatan tindakan dalam mengambil sesuatu keputusan. Kepentingan komunikasi dapat dirumuskan sebagai:

a) Memberi informasi

Tujuan utama komunikasi adalah untuk menyampaikan maklumat atau informasi dari satu sumber kepada individu atau kumpulan lain. Oleh itu, melalui komunikasi pastinya segala maklumat dan perancangan demi kepentingan koperasi dalam menjana ekonomi dan pengurusan koperasi dapat disalurkan melalui MAT serta laporan tahunan. Melalui saluran informasi ini, anggota koperasi lebih memahami dan mengetahui akan perkembangan prestasi koperasi.

b) Menyelesaikan masalah

Komunikasi yang berkesan dapat digunakan dalam menyelesaikan masalah yang timbul. Sikap toleransi dalam komunikasi antara pihak yang terlibat dapat merungkai masalah yang wujud. Ini telah diberi penekanan dalam GP 27, prinsip 12 menyatakan Koperasi hendaklah menggalakkan anggota terlibat secara aktif semasa MA dijalankan dan membuka peluang untuk anggota menyuarakan pendapat berkaitan hal ehwal koperasi. Kemahiran dan kebijaksanaan ALK dan pengurus koperasi amatlah perlu dalam mengendalikan perbincangan atau mesyuarat bersama pihak pengurusan koperasi, bersama anggota koperasi atau pihak yang berkaitan dengan koperasi seperti SKM terhadap sesuatu isu atau permasalahan berkaitan dengan koperasi.

c) Membuat keputusan

Melalui komunikasi sesuatu keputusan dapat diambil secara muafakat. Ini dapat dibuktikan dengan keberkesanan mesyuarat bagi membincangkan hal-hal yang berkaitan dengan perkara yang diputuskan. Pendapat setiap pihak yang terlibat dapat diambil kira melalui komunikasi bagi membuat sesuatu keputusan seperimana yang telah disarankan dalam GP 12 demi meningkatkan perkhidmatan dan aktiviti koperasi.

d) Mempermudah perubahan

Komunikasi boleh menjadi medium kepada perubahan yang ingin dilakukan. Sebagai contoh, koperasi ingin menambah aktiviti koperasi perlulah mendapat kelulusan SKM dan melaporkan ke dalam MAT. Oleh itu melalui komunikasi pihak atasan atau ALK dan pengurus koperasi boleh menyampaikan butiran perubahan kepada SKM dan anggota koperasi. Segala pendapat dan maklum balas daripada anggota sama ada melalui MAT, Mesyuarat Lembaga dan mesyuarat bersama pekerja dapat membantu kepimpinan pengurusan koperasi dalam melakukan perubahan positif kepada koperasi.

e) Memberi inspirasi

Dalam urusan koperasi, seseorang pemimpin itu perlulah melatih diri agar dapat membina komunikasi yang baik dengan semua pihak. Hal ini kerana, dalam sesebuah koperasi memerlukan banyak idea serta maklumat bagi melancarkan gerak kerja yang berkualiti. Apabila semua orang dapat berkomunikasi dengan baik, maka akan wujud pelbagai idea dan sekali gus ia akan memberi inspirasi kepada mereka yang pada awalnya tidak mempunyai sebarang idea mengeluarkan idea yang begitu menarik. Itulah yang menjadi kepentingan dalam komunikasi. Apabila wujudnya komunikasi, maka akan terhasillah pelbagai inspirasi idea yang menarik dan kreatif (Abdullah Hassan & Ainon Mohd. 2002)

f) Mewujudkan jaringan strategik

Komunikasi yang baik dan berkesan sudah pasti dapat menjalin jaringan strategik di antara koperasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam meningkatkan usaha sama ke arah mencapai matlamat berkoperasi. Melalui komunikasi juga kesefahaman dapat diwujudkan dan akan memberi impak positif kepada kedua belah pihak seperti situasi menang-menang (win-win situation).

Kesimpulan

Kesimpulannya, peranan komunikasi sangat penting dalam kejayaan sesebuah koperasi. Ini bergantung kepada cara dan kaedah ia diaplikasikan dan digunakan. Keperluan pemimpin koperasi yang bijak berkomunikasi dan sentiasa berusaha mempertingkatkan keberkesanan komunikasi mencerminkan profesionalisme dalam memimpin koperasi mencapai hasrat dan matlamat koperasi.





sesuatu tugas tidak dapat dilaksanakan tanpa ICT. Kini, hampir setiap orang mempunyai alat mobil atau gadget yang dibawa bersama untuk kekal berhubung seperti *smartphone*, tablet atau komputer riba (laptop). Harga yang mampu milik menjadi faktor alat ini mudah diperolehi di mana-mana sahaja.

dapat memudahkan pelanggan mereka untuk membuat pembelian dan pembayaran menggunakan perkhidmatan e-pembayaran.

Inisiatif Bank Negara Malaysia

Bank Negara Malaysia melalui institusi perbankan di Malaysia telah melaksanakan beberapa siri jelajah di 20 bandar dari 9 negeri di seluruh negara pada tahun 2016. Ia bertujuan untuk memberi kesedaran kepada individu dan juga syarikat mengenai kelebihan

Disebabkan perkembangan ICT serta alat yang dicipta juga memerlukan ICT untuk terus digunakan, bidang perniagaan dan perkhidmatan perbankan juga telah mengaplikasikan ICT untuk terus kekal bersaing. Perbankan Internet telah diperkemas dengan ciri-ciri keselamatan untuk memastikan pengguna terus menggunakan perkhidmatan ini. Kini golongan peniaga yang menjalankan perniagaan secara dalam talian (*online*)



E-PEMBAYARAN: MEMBANTU PERNIAGAAN DALAM TALIAN

Nor Azlina Kassim
norazlina@mkm.edu.my
Pusat Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT)

Pengenalan

Perkembangan teknologi menjadi semakin pesat kini. Semua bidang terkesan dengan perkembangan teknologi termasuklah teknologi komputer yang lebih dikenali dengan Teknologi Maklumat dan Komunikasi atau singkatannya ICT. ICT kini terus bergerak ke hadapan serta berjaya mempengaruhi dan menerajui perkembangan dan pembangunan negara. Peningkatan keupayaan komputer serta kemajuan pesat dalam bidang

teknologi komputer membolehkan lebih ramai masyarakat umumnya dan khususnya koperasi, syarikat-syarikat besar atau agensi-agensi menggunakan IT dalam urusan harian dan tabdir urus.

Bahkan, ICT turut memberi kesan dalam kehidupan seharian manusia sama ada di rumah mahupun di pejabat. Perubahan gaya hidup seiring dengan kemajuan ICT membuatkan kebergantungan manusia terhadap ICT sangat tinggi. Ada kalanya



e-pembayaran, ciri-ciri e-pembayaran, cara capaian dan harga yang dikenakan. Selain itu, ia juga bertujuan untuk mendidik masyarakat tentang langkah selamat untuk melaksanakan transaksi kewangan menggunakan e-pembayaran. Semasa jelajah ini, institusi perbankan, operator sistem pembayaran dan penyedia perkhidmatan menunjukkan produk terkini mereka berkaitan perbankan *online* dan beberapa insentif serta pakej promosi yang disediakan. (Bank Negara Malaysia, 2016)

Perubahan daripada penggunaan wang kertas kepada pembayaran secara elektronik dapat meningkatkan kecekapan sistem pembayaran serta dapat menjimatkan kos dan kecekapan seluruh ekonomi. Ini kerana, kos yang diperuntukkan untuk penggunaan wang kertas dan cek dapat dikurangkan. Selain itu, sumber yang digunakan untuk memproses wang tunai dan cek juga dapat dikurangkan.

Pembayaran secara elektronik akan dapat meningkatkan produktiviti dan mengurangkan kos pengurusan sesuatu perniagaan. Kajian telah menunjukkan bahawa peralihan daripada pembayaran berasaskan wang kertas kepada sistem pembayaran berasaskan elektronik boleh menjana penjimatan tahunan sehingga satu peratus daripada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK). Peralihan kepada pembayaran secara elektronik adalah satu kaedah di mana peningkatan besar boleh dibuat dalam usaha untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan meningkatkan daya saing ekonomi kita. (Bank Negara Malaysia, 2016)

Bank Negara Malaysia (BNM) telah mengeluarkan *Financial Sector Blueprint 2011-2020*, yang akan menentukan arah sistem kewangan negara bagi tempoh 10 tahun. Pembayaran elektronik yang akan menambahkan kecekapan ekonomi merupakan salah satu fokus daripada sembilan perkara yang dinyatakan di dalam *Blueprint* tersebut. Pembayaran elektronik di harap dapat membawa Malaysia ke arah ekonomi yang mempunyai nilai tambah yang tinggi dan berpendapatan tinggi bagi menjamin kestabilan kewangan. Dalam tempoh 10 tahun, BNM berharap akan dapat meningkatkan bilangan transaksi e-pembayaran per kapita daripada 44 kepada 200 transaksi, serta mengurangkan penggunaan cek daripada 207 juta kepada 100 juta setahun. (Bank Negara Malaysia, 2016)

Kerjasama antara BNM dan institusi perbankan di negara ini telah dilaksanakan untuk meningkat dan meluaskan infrastruktur bagi menyokong penggunaan aplikasi e-pembayaran melalui perbankan Internet dan kad debit. Pada tahun 2012, transaksi pembayaran per kapita telah meningkat kepada 56 berbanding 14.3 transaksi pada tahun 2003 dan lebih 80 peratus transaksi pembayaran telah dibuat secara elektronik. (Bank Negara Malaysia, 2016)



Sokongan Kerajaan

Bagi menyokong inisiatif Bank Negara Malaysia berkaitan pembayaran secara elektronik ini, Kerajaan Malaysia di dalam Rancangan Malaysia ke-11 telah menetapkan beberapa strategi agar Malaysia menjadi negara berpendapatan tinggi menjelang 2020. Salah satu strateginya adalah (strategi 5) dengan memperkukuh infrastruktur bagi menyokong ekonomi dengan cara menambah baik capaian digital dan memperluas infrastruktur jalur lebar dan memastikan perkhidmatan jalur lebar mampu bayar. Melalui strategi ini, kerajaan menasarkankan 95 peratus penduduk Malaysia mendapat liputan jalur lebar. Terdapat dua inisiatif yang akan dijalankan untuk menyokong pertumbuhan ekonomi melalui strategi ini:

- Inisiatif Jalur Lebar Berkelajuan Tinggi (HSBB2) - menjelang 2020, semua isi rumah di ibu negeri dan kawasan pertumbuhan berimpak tinggi, akan mendapatkan akses perkhidmatan jalur lebar berkelajuan 100 megabit sesaat.
- Inisiatif Jalur Lebar Pinggir Bandar - kawasan pinggir bandar dan luar bandar pula akan dapat akses perkhidmatan jalur lebar 20 megabit sesaat, dalam kata lain, kelajuannya melebihi daripada apa yang kita ada sekarang ini.

Cadangan liputan HSBB 2



Jalur Lebar Berkelajuan Tinggi 2

- Meliputi semua ibu negeri dan kawasan pertumbuhan berimpak tinggi terpilih
- 250,000 ports yang melalui 410,000 premis akan dipasang pada akhir tahun 2016
- Menyediakan 100 Megabit sesaat (Mbps) jalur lebar kepada semua isi rumah di ibu negeri dan kawasan pertumbuhan berimpak tinggi pada tahun 2020



Cadangan liputan SUBB



- Meliputi kawasan pinggir bandar dan luar bandar
- 250,000 ports yang melalui 410,000 premis akan dipasang pada akhir tahun 2016
- Menyediakan 20 Megabit sesaat (Mbps) jalur lebar kepada 50% isi rumah di kawasan pinggir bandar dan luar bandar pada tahun 2020

Syarikat Pembekal

Projek ePayment di bawah inisiatif Digital Malaysia bertujuan untuk meningkatkan penggunaan pembayaran secara elektronik dalam kalangan peniaga sederhana dan kecil. Melalui projek ini, urusan pembayaran secara elektronik dipermudahkan melalui pemberian terminal *Point-of-Sale* (POS) dengan kadar yang boleh dimiliki. Dijangkakan sehingga

tahun 2020, projek ini dapat menjana sehingga 1,125,000 *epayment merchant outlet* yang dapat menyediakan perkhidmatan *Electronic Funds Transfer Point-of-Sale* (EFTPOS). Sasaran *ePayment merchant outlets* adalah peniaga pasar tani, pemilik restoran kecil, peniaga pasar malam, *flea market* dan industri desa. Antara syarikat yang diberi hak untuk menyediakan perkhidmatan kepada peniaga kecil dan sederhana adalah ManagePay Services Sdn. Bhd, Revenue Solution Sdn. Bhd., E-Pay (M) Sdn Bhd, Touch 'n Go Sdn Bhd, iPay88 Sdn. Bhd , MOLPay Sdn. Bhd, Fass Payment Solutions Sdn. Bhd, dan MobilityOne Sdn. Bhd. (SME Corp Malaysia, 2015)



Sumber: Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri Malaysia, 2015

Kesimpulan

Seperti yang diketahui umum, tahun 2015 dan 2016 menyaksikan kadar pertumbuhan ekonomi yang agak perlahan disebabkan oleh kejatuhan nilai mata wang Malaysia. Oleh itu, pengguna di Malaysia lebih berhati-hati semasa berbelanja, dan terikat dengan bajet yang ketat. Walau bagaimanapun, dilihat kalangan pengguna muda lebih menyumbang ke arah pembayaran elektronik. Selain itu, peningkatan masalah rompakan, kecurian dan samun pada tahun 2015 dan 2016 menyebabkan ramai pelanggan berasa tidak selamat untuk membawa wang tunai yang banyak dan memilih untuk membuat pembayaran secara elektronik. Pembayaran secara elektronik adalah lebih cepat dan mudah. Sebagai contoh, kini pembayaran bil dapat dibuat melalui mesin ATM, *mobile* atau *online banking*. Pelanggan atau pengguna di bandar lebih terkesan dengan cara hidup yang sibuk dan jadual yang ketat biasanya akan memilih menggunakan transaksi bukan tunai (*non-cash*) kerana ia lebih mudah dan cepat.

Teknologi ICT kini telah memudahkan penerimaan dan pembayaran secara elektronik. Penggunaannya dapat meningkatkan kecekapan pengurusan perniagaan khususnya koperasi ke arah memperkukuh dan memodenkan pentadbiran koperasi. Pihak pengurusan koperasi perlu meningkatkan kualiti perkhidmatan dan kecekapan dalam menyediakan dan memberikan perkhidmatan kepada anggotanya.



Kawalan Dalam

ke Arah Kesejahteraan Koperasi

Adila Hashim
adila@mkm.edu.my
Maktab Koperasi Malaysia Zon Selatan

Pengenalan

Menurut definisi kawalan dalaman yang dikeluarkan oleh AICPA *Committee on Accounting Procedure*, 1949 adalah ia meliputi plan organisasi dan kesemua kaedah-kaedah serta langkah-langkah yang dikoordinasikan yang digunakan di dalam sesuatu perniagaan atau organisasi dengan maksud untuk menjaga keselamatan aset miliknya, memeriksa ketepatan dan kebenaran data perakaunannya, menggalakkan kecekapan operasi, dan mendorong supaya polisi-polisi yang ditentukan oleh pengurusan dipatuhi.

Menerusi Piawaian Antarabangsa Institut Internal Audit Malaysia (IIAM) pula, kawalan dalaman merujuk kepada apa-apa tindakan yang diambil oleh pihak pengurusan dan pihak lain untuk mengurus risiko dan meningkatkan kemungkinan bahawa objektif dan matlamat ditubuhkan akan dicapai. Pengurusan merancang, menganjurkan dan mengarahkan prestasi tindakan yang mencukupi untuk memberi jaminan yang munasabah bahawa objektif dan matlamat akan dicapai.

Dalam erti kata yang lain, boleh disimpulkan bahawa kawalan dalaman adalah bertujuan untuk mencapai di antara objektif-objektif berikut:

1. Memastikan organisasi berjalan dengan teratur dan cekap termasuk mematuhi polisi pengurusan.
2. Menjaga keselamatan aset.
3. Mencegah penipuan (*fraud*) dan mengesan kesilapan.
4. Memastikan ketepatan dan kesempurnaan rekod-rekod perakaunan ke arah penyediaan penyata kewangan yang boleh dipercayai tepat pada waktu yang diperlukan.
5. Memastikan penggunaan sumber yang ada digunakan secara berkesan dan terhindar daripada pembaziran.



Kategori Kawalan Dalam

Segala langkah-langkah serta prosedur-prosedur yang disediakan (bagi mencapai objektif kawalan dalaman) dapat dikategorikan kepada tiga jenis iaitu:

1. Kawalan Pengurusan

Kawalan pengurusan boleh dilihat sebagai gabungan semua kawalan. Ia adalah rangka kerja sesebuah organisasi meliputi rancangan, polisi, prosedur dan amalan yang diperlukan bagi pekerja untuk mencapai objektif organisasi.

2. Kawalan Pentadbiran

Merupakan pelan organisasi, prosedur atau tatacara dan rekod yang berkaitan dengan proses membuat keputusan yang mengarahkan pekerja untuk melaksanakan aktiviti-aktiviti yang dibenarkan ke arah mencapai objektif pengurusan.

3. Kawalan Perakaunan

Merupakan pelan organisasi, prosedur atau tatacara dan rekod yang berkaitan dengan penjagaan keselamatan aset dan ketepatan serta kebolehpercayaan rekod kewangan.

Komponen Kawalan Dalam

Kawalan dalaman mempunyai beberapa komponen yang merupakan sebahagian daripada sistem yang diwujudkan dan dilaksanakan demi menjaga kesejahteraan organisasi. Dalam ertikata lain, sekiranya unsur-unsur kawalan dalaman ini tidak diikuti atau dipatuhi maka objektifnya tidak dapat dicapai oleh organisasi tersebut. Diantaranya adalah :-

1. Struktur Organisasi

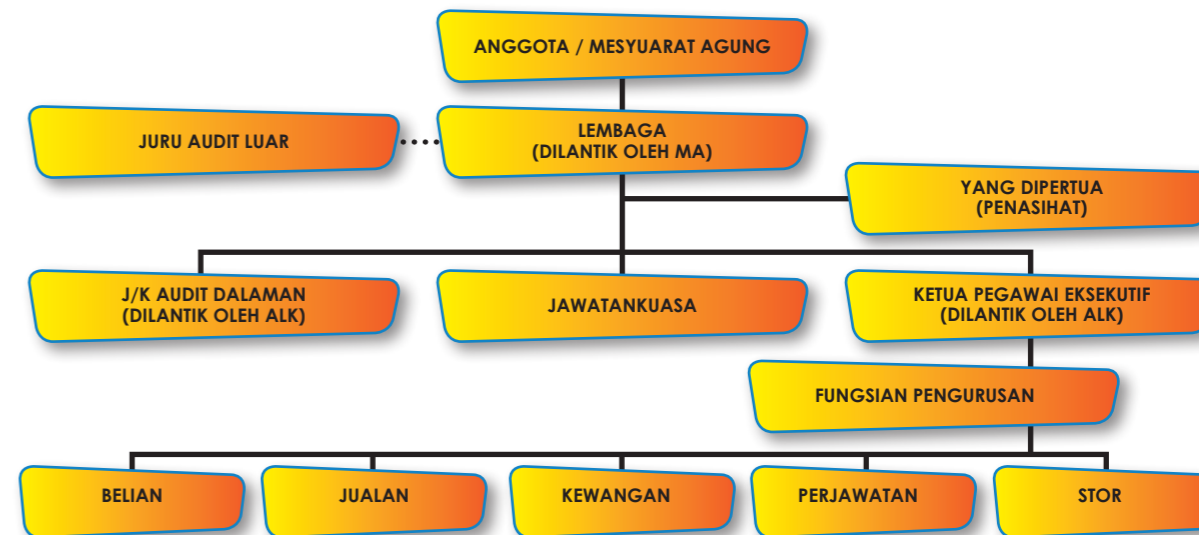
Struktur organisasi dirangka bukan sekadar untuk memaparkan siapa yang bertanggungjawab untuk mentadbir, ia juga menggariskan dengan jelas pangkat serta tugas setiap individu yang terlibat dalam organisasi itu. Setiap individu hendaklah diberi peranan yang khusus supaya tidak berlaku pertindihan tugas dan kekeliruan yang akan menjejaskan kelancaran perjalanan organisasi itu.

Carta organisasi ini juga merupakan gambar rajah yang menunjukkan fungsi-fungsi jabatan, unit-unit atau individu-individu dan bagaimana mereka berkait antara satu sama lain. Garisan terus yang terdapat dalam carta menunjukkan rantai perintah dan saluran rasmi komunikasi antara unit dalam organisasi.



Sebagai contoh, ia berkaitan panduan penghantaran pelaporan kepada ketua-ketua bahagian dan menetapkan had-had kuasa untuk membahagikan tugas-tugas secara lebih sistematik. Sekiranya terdapat pekerja pengurusan yang baru ia dapat membantu pekerja tersebut untuk mengenali majikan dan kakitangan pengurusan yang lain.

Contoh Struktur Organisasi Koperasi



Secara umumnya, carta organisasi dapat memaparkan lima aspek pengurusan berikut:

- Pembahagian kerja
- Hubungan ketua dan pekerja bawahan
- Jenis kerja yang dijalankan
- Pengumpulan unit-unit
- Arah aliran kuasa
- Saiz organisasi

2. Pekerja yang Kompeten dan Berintegriti

Pekerja merupakan individu yang terlibat dalam pelaksanaan sesuatu aktiviti organisasi. Terdapat beberapa lapisan tenaga kerja bermula dari ketua unit, penolong, dan pekerja-pekerja bawahan. Maka perlu adanya tatacara untuk memastikan kelayakan, disiplin, kehadiran, dan prestasi mereka ini dinilai dari masa ke semasa.

Mana-mana sistem bergantung secara kritikalnya kepada faktor siapa yang terlibat atau yang akan melaksanakannya. Sekiranya sesebuah organisasi mempunyai pekerja yang tidak jujur dan tidak cekap, maka mana-mana sistem kawalan dalaman yang terbaik di dunia pun tidak berupaya untuk berjalan dengan baik.

Walaupun dengan adanya pekerja yang jujur dan berkebolehan, keperluan kawalan dalaman yang amat berkesan perlu wujud untuk menghadapi risiko-risiko kemungkinan berlakunya ketidakjujuran pekerja, penipuan ataupun penyelewangan.

3. Sistem Maklumat dan Komunikasi

Sistem maklumat menyampaikan isi maklumat kepada pengguna dalaman dan luaran organisasi. Contohnya laporan kewangan adalah sebahagian daripada sistem maklumat. Maklumat kewangan diperlukan bagi tujuan untuk mengukur prestasi perniagaan, menunjukkan kedudukan kewangan seperti aset, liabiliti dan modal, dan ia digunakan bagi proses perancangan perniagaan serta proses pembuatan keputusan.

Medium atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan maklumat hendaklah efektif. Hal ini supaya maklumat tersebut sampai kepada penggunanya. Kaedah penyampaian maklumat adalah bergantung kepada kemampuan kewangan dan kemahiran organisasi. Sebagai contoh, maklumat boleh disampaikan melalui memo, notis, risalah dan talian Internet seperti laman web, facebook, instagram dan lain-lain.

Komunikasi diperlukan untuk memastikan setiap lapisan kakitangan memahami kepentingan kawalan dalaman dan peranan mereka dalam melaksanakan sistem kawalan dalaman tersebut supaya objektifnya boleh dicapai. Ini menunjukkan komunikasi dalam organisasi adalah sangat penting sebagai saluran penyampaian maklumat. Melalui komunikasi, pekerja diberi kefahaman berkenaan maklumat yang ingin disampaikan. Apabila maklumat telah difahami dengan jelas, barulah pekerja tersebut dapat bertindak dengan betul, menjadi lebih bermotivasi dan bersungguh-sungguh dalam menjayakan objektif dan matlamat organisasi. Hal ini disebut sebagai komunikasi berkesan.

Komunikasi juga boleh memberi kesan terhadap persekitaran organisasi. Setiap individu dalam organisasi dapat mengenalpasti dan memahami personaliti, sikap dan nilai sesama rakan setugas melalui komunikasi. Apabila komunikasi dapat dijalankan dengan baik, maka wujudlah semangat bekerjasama, saling menghormati dan saling membantu antara setiap individu dalam organisasi. Selain daripada itu, komunikasi juga membantu meningkatkan keyakinan pekerja-pekerja apabila keupayaan mereka dinilai dan diberi penghargaan yang sewajarnya.

4. Pembahagian dan Pengasingan Tugas

Di dalam pembahagian tugas, perlu diwujudkan deskripsi tugas dengan jelas. Sebagai contoh tugas penjaga aset mestilah dipisahkan dari fungsi tugas orang yang merekodkannya. Sekiranya seseorang itu bertanggungjawab ke atas penyimpanan inventori dan merekodkannya, beliau mempunyai peluang untuk menutupi perbuatannya mencuri inventori dengan cara memanipulasikan rekod-rekod yang berkaitan dengannya, ataupun menutupi kes kehilangan inventori kerana tidak mahu oranglain mengetahui perihal kegagalannya dalam melaksanakan tugas menjaga aset tersebut.

Pengasingan tugas merupakan salah satu cara untuk mengurangkan risiko berlakunya kesilapan ataupun penipuan.

Demikianlah juga merujuk kepada tugas-tugas di dalam sistem perakaunan dimana ia terdiri daripada bahagian penerimaan tunai, penjagaan, perekodan, kelulusan dan pengoperasian. Tugas ini hendaklah diasingkan dan dilakukan oleh individu yang berbeza. Pengasingan individu dan tugas ini dipercayai dapat bertindak sebagai penghalang dan kawalan ke atas pekerja kepada kemungkinan berlakunya jenayah pengkhianatan secara pakatan.

5. Pengesahan

Setiap urusan yang berlaku mestilah mendapat pengesahan daripada pegawai yang bertanggungjawab. Kuasa meluluskan atau orang yang mengesahkan sesuatu perlu dinyatakan dengan jelas termasuk had kuasa yang dibenarkan.

Antara pengesahan yang diamalkan adalah seperti:

- a) Pengesahan am – baucar pembayaran yang perlu ditandatangani dan disahkan untuk meluluskan pembayaran.
- b) Pengesahan khas – keputusan dalam pemilihan projek atau tender dalam mesyuarat.

6. Penjagaan Aset

Setiap aset hendaklah digunakan dengan cekap, berkesan dan terhindar daripada pembaziran. Aset yang dimaksudkan di sini adalah seperti wang tunai, kenderaan, peralatan dan apa-apa sahaja yang dimiliki oleh organisasi. Kawalan yang dirangka bertujuan untuk mencegah aset tersebut dari

disalah guna, dicuri atau hilang. Rekod-rekod kawalan seperti rekod-rekod kewangan, buku daftar aset, buku pinjaman aset, dan dokumen lain-lain yang berkaitan dengannya hendaklah diwujudkan dan direkod dengan baik.

Sistem yang baik seharusnya mempunyai prosedur kawalan yang menyediakan unsur perbandingan antara kewujudan fizikal aset-aset dengan rekod-rekodnya. Pengesahan fizikal aset-aset adalah merupakan langkah menguji kewujudan sebenar aset tersebut. Aset-aset seharusnya disahkan kewujudan fizikalnya dan diselaraskan dengan rekod-rekod yang berkaitan dengannya.

7. Polisi, Prosedur dan Peraturan

Dengan adanya tatacara yang betul dan bersesuaian, ia dapat membantu organisasi mempunyai satu sistem yang lebih teratur. Perlu juga diwujudkan unsur pemeriksaan bagi menjamin bahawa panduan-panduan yang ditetapkan itu dipatuhi.

Sebagai contoh, urusanniaga mesti dilaksanakan melalui proses kelulusan yang betul dan dilaksanakan dalam kerangka prosedur-prosedur yang telah dimaktubkan. Contohnya bagi permohonan pinjaman, pekerja

hendaklah memahami tatacara kerja yang perlu dilaksanakan bagi memproses borang yang telah diisi oleh pelanggan. Pada bahagian tapisan pinjaman, terdapat bahagian penyemakan kelayakan dan jumlah pinjaman yang dibenarkan melalui jawatankuasa tertentu. Umumnya, kelulusan pinjaman akan disahkan oleh pihak atasan dan ini membentuk unsur kebertanggungjawaban. Ini menunjukkan prosedur yang jelas bertujuan untuk melicinkan pelaksanaan urusanniaga.

8. Penyeliaan dan Pemantauan

Pihak atasan sentiasa mengawasi dan mengawal tingkah laku setiap kakitangan di dalam organisasi dalam melakukan tugas mereka. Aktiviti pemantauan juga dilakukan untuk menilai keberkesanan struktur operasi syarikat contohnya seperti sistem kawalan dalaman yang telah ditetapkan mencapai matlamatnya ataupun tidak. Sekiranya tidak maka ia akan diperbaiki mengikut keadaan.



Had/Batasan Kawalan Dalam

Walaupun struktur kawalan dalaman telah dihasilkan dengan komprehensif dan terperinci, ia tidak boleh menjamin secara kekal keberkesanan pentadbiran, rekod yang sempurna dan tepat atau terhindar dari penipuan. Di antara penyebabnya adalah:

I. Pengurusan Mengatasi Kawalan Dalam

Misalnya, pihak atasan menyuruh kakitangan bawahan merekod akaun-akaun yang berkaitan mengikut arahannya. Dengan ini, pekerja bawahan akan melaksanakan tugas tersebut walaupun tahu perkara itu adalah salah kerana takut kehilangan pekerjaan sekiranya tidak mengikut perintah. Pelanggaran prosedur kawalan dalaman oleh pengurusan atasan ini adalah sukar untuk dikesan melalui prosedur audit biasa.

II. Kesalahan/Kesilapan Kakitangan

Salah faham ataupun kekeliruan yang diterima oleh pekerja daripada pihak atasan seringkali menimbulkan kesilapan semasa menjalankan tugas mereka. Selain itu, oleh kerana kebanyakan kawalan dalaman melibatkan manusia maka ianya tertakluk kepada faktor-faktor yang lain seperti kecuaihan, keletihan, tidak bermotivasi dan tekanan yang dihadapi oleh pekerja.

III. Konflik Kepentingan

Kuasa yang diterima oleh pihak atasan seperti meluluskan permohonan juga boleh disalahgunakan.

IV. Persepakatan

Keberkesanan pengasingan tugas yang melibatkan penipuan oleh individu yang berada di dalam proses pelaksanaannya adalah melalui semakan dari orang lain. Sekiranya tiada penyemakan kemungkinan peluang risiko seperti pakatan sulit di antara pekerja boleh berlaku. Contohnya, pekerja di bahagian penerimaan tunai mungkin akan bersubahat dengan pekerja yang merekod buku catatan perakaunan dengan mengubah jumlah sebenar supaya penyelewengan mereka tidak dapat dikesan.

Oleh itu, pengurusan perlu menilai semula dan mengemaskini kawalan dalaman secara berterusan, menyampaikan perubahan kawalan tersebut kepada setiap pekerja dan mereka yang terlibat serta menunjukkan contoh teladan yang baik dengan mematuhi kawalan yang ditetapkan.

Tanggungjawab Terhadap Kawalan Dalam dalam Konteks Koperasi

Anggota Lembaga Koperasi (ALK) bertanggungjawab ke atas kawalan dalaman koperasi dan perlu memastikan kecukupan serta kekukuhan. ALK telah mewujudkan proses mengenal pasti, menilai dan menguruskan risiko-risiko penting yang dihadapi oleh koperasi sepanjang ia dikendalikan. Proses ini dikaji secara kerap oleh ALK dengan mematuhi panduan kawalan dalaman yang telah ditetapkan.

Dalam pembentukan dan penyemakan sistem kawalan dalaman, ALK mempertimbangkan kepentingan risiko yang berkenaan, kemungkinan adanya kerugian yang ditanggung dan kos kawalan yang terlibat. Oleh itu, tujuan sistem kawalan dalaman ini adalah untuk menguruskan dan bukannya menghapuskan risiko kegagalan untuk mencapai dasar serta objektif koperasi. Ia hanya boleh memberikan jaminan yang munasabah dan bukannya jaminan mutlak terhadap risiko kerugian yang besar.

Pihak pengurusan membantu ALK menjalankan dasar berkenaan risiko dan kawalan dengan mengenalpasti serta menilai risiko-risiko yang dihadapi oleh koperasi untuk dipertimbangkan oleh ALK disamping merangka, mengendali dan memantau sistem kawalan dalaman.

Kejayaan Koperasi Pengangkutan di Ho Chi Minh City, Vietnam

Jaibit Jaudin

jaibit@mkm.edu.my

Sektor Pelancongan, Penjagaan Diri dan Kesihatan

Salwana Ali

salwana@mkm.edu.my

Sektor Perkhidmatan Kewangan dan Perbankan



**Koperasi Pengangkutan
Nombor 15**

**(Transportation Co-operative
No.15)**

Pengenalan

Berdasarkan statistik sehingga 30 Jun 2016 oleh Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM), didapati sejumlah 479 buah koperasi terlibat dalam fungsi pengangkutan dan menyumbang perolehan sejumlah RM410 ribu. Ini menunjukkan penglibatan koperasi dalam fungsi pengangkutan masih terlalu kecil untuk mencapai sasaran perolehan RM50 bilion menjelang 2020. Sehubungan itu, gerakan koperasi disarankan untuk menceburi perkhidmatan pengangkutan secara agresif kerana ia mampu meningkatkan perolehan koperasi. Hakikatnya, penglibatan dalam fungsi pengangkutan memerlukan modal yang sangat besar dan ia merupakan halangan utama kepada koperasi untuk menceburinya.

Selain itu penguasaan ilmu dan pengalaman luas dalam bidang pengangkutan juga amat diperlukan oleh pihak pengurusan dan Anggota Lembaga Koperasi (ALK). Secara keseluruhannya, masih banyak ruang dan peluang untuk koperasi menceburi perniagaan pengangkutan di negara ini. Namun berbeza di negara Vietnam, penglibatan koperasi dalam fungsi pengangkutan telah berjaya membantu menjana perolehan gerakan koperasi serta membantu meningkatkan ekonomi anggota koperasi. Di bandar raya Ho Chi Minh (HCMC) terdapat koperasi yang berjaya dalam mengendalikan perniagaan pengangkutan. Salah satu aktiviti perniagaan yang memberi potensi kepada koperasi ialah perkhidmatan bas pengangkutan.

Perkembangan Koperasi di Ho Chi Minh City (HCMC)

Terdapat 534 buah koperasi di bandar raya Ho Chi Minh (HCMC) yang menjalankan pelbagai fungsi seperti perdagangan dan perkhidmatan, kredit, pengangkutan, pertanian, industri dan kraf tangan serta persekitaran.

Berdasarkan Jadual 1, penglibatan koperasi di HCMC lebih tertumpu kepada fungsi pengangkutan iaitu sebanyak 212 buah koperasi dengan keanggotaan seramai 21,809 orang. Seterusnya diikuti dengan fungsi perdagangan dan perkhidmatan sebanyak 127 buah koperasi dan jumlah anggota seramai 11,752 orang. Manakala purata pendapatan menunjukkan bahawa fungsi perdagangan dan perkhidmatan merupakan penyumbang utama berjumlah USD 201,714 diikuti dengan fungsi pengangkutan sebanyak USD 154,523. Walaupun bilangan koperasi di HCMC berjumlah 534, namun skala perniagaan masih di tahap kecil. Oleh itu pelbagai usaha daripada pihak kerajaan telah pun dijalankan dalam membantu pertumbuhan koperasi seperti berikut:

- a) Pada tahun 2014, pihak kerajaan Vietnam telah memperkenalkan undang-undang koperasi baharu bagi mengembangkan dan merencanakan aktiviti ekonomi gerakan koperasi yang sedia ada.
- b) Terdapat keperluan di pihak kerajaan untuk mencari rakan luar negara dalam mewujudkan model koperasi baharu supaya koperasi mampu bersaing dengan pihak luar.
- c) Memperkenalkan dasar supaya koperasi boleh meminjam modal pusingan dari bank-bank yang diselia oleh kerajaan. Tujuannya adalah untuk membantu koperasi kredit dalam memberi pinjaman kepada anggota-anggotanya.
- d) Pihak kerajaan juga membantu koperasi dalam aspek polisi tanah iaitu koperasi diberi peluang untuk menyewa tanah di lokasi strategik bagi mengembangkan perniagaan koperasi.
- e) Menjalankan padanan perniagaan di antara pembekal dan pembeli dalam menyelesaikan masalah pemasaran koperasi.

Jadual 1: Statistik Koperasi di Ho Chi Minh City Mengikut Fungsi Tahun 2014

Bil.	Fungsi	Bilangan Koperasi	Bilangan Anggota	Purata Pendapatan Setahun/ (USD)
1	Perdagangan dan Perkhidmatan	127	11,752	201,714
2	Kredit	19	2,147	124,042
3	Pengangkutan	212	21,809	154,523
4	Pertanian	66	6,893	28,333
5	Industri dan kraf tangan	96	8,588	55,600
6	Persekitaran	14	1,243	23,333

Sumber: HCMCCA, 2014

Pengurusan Operasi

Setiap hari pihak pengurusan koperasi akan menguruskan bas pengangkutan mengikut jadual dan laluan yang telah ditetapkan oleh pihak kerajaan. Koperasi mempunyai 6 buah laluan yang telah ditetapkan oleh pihak kerajaan di bandar raya Ho Chi Minh. Daripada jumlah tersebut 4 buah laluan telah diberikan subsidi oleh pihak kerajaan pada kadar 40% hingga 45% bagi setiap laluan. Pada tahun 2014, pihak koperasi telah menerima subsidi berjumlah USD 1.4 juta daripada pihak kerajaan. Setiap tahun laluan ini akan berubah mengikut polisi dan rundingan dengan Kementerian Pengangkutan bersama pihak koperasi.

Bagi menjamin aspek keselamatan setiap bas diwajibkan untuk memasang alat Global Positioning Satellite System (GPS). Sehubungan itu koperasi boleh mengesan pergerakan bas dan pemandu yang menyalahi undang-undang jalan raya. Bagi meningkatkan mutu perkhidmatan bas yang berkualiti, latihan akan diberikan kepada pemandu dan konduktor bas seperti teknik mengendalikan bas dengan sempurna, kaedah komunikasi pelanggan dengan berhemah dan bentuk bantuan kecemasan kepada penumpang sekiranya terlibat dalam kemalangan.

Dalam kepesatan ekonomi negara Vietnam, pihak kerajaan juga turut membantu koperasi dalam menjalankan perniagaan aktiviti pengangkutan. Perniagaan perkhidmatan bas menjadi pilihan kerana ia dapat memenuhi keperluan masyarakat untuk bergerak dari satu tempat ke satu tempat yang lain. Kepercayaan yang diberikan oleh pihak kerajaan terhadap koperasi membolehkan koperasi menerajui perniagaan tersebut sehingga berjaya.

KOPERASI PENGANGKUTAN NOMBOR 15

Koperasi ini telah ditubuhkan pada tahun 1976 dengan keanggotaan terkini seramai 125 orang. Fungsi utama koperasi dalam aktiviti pengangkutan dan perniagaan utama pula menjalankan perkhidmatan bas pengangkutan kepada orang awam, pelajar serta pelancong.

Koperasi ini mempunyai seramai 316 orang pekerja merangkumi 27 orang pengurus, 161 orang pemandu dan 128 orang konduktor bas. Setakat ini koperasi mempunyai 89 buah bas di mana 14 buah dimiliki oleh koperasi dan 75 buah bas pula diuruskan oleh anggota koperasi. Koperasi juga turut mempunyai 20 buah bas pelancong dan 20 buah bas sekolah. Jumlah penumpang yang telah menggunakan perkhidmatan bas bagi tempoh Januari sehingga November 2014 kira-kira 202,000 orang.

Pendapatan Koperasi

Pendapatan utama koperasi adalah daripada jualan tiket bas mengikut laluan yang dibayar oleh penumpang dan harga tiket dikawal sepenuhnya oleh pihak kerajaan. Koperasi bertanggungjawab ke atas pengurusan kutipan jualan tiket harian bas tersebut. Hasil jualan tiket akan digunakan untuk membiayai pembelian petrol, bayaran gaji pemandu dan pengurus. Gaji pengurus akan dibayar sebanyak 4.5 peratus daripada jumlah kutipan jualan tiket setiap bulan.

Sesi taklimat oleh Transportation Co-operative No. 15, HCMC, Vietnam

Kemudahan Koperasi

Berikut adalah kemudahan yang disediakan oleh pihak koperasi:

- a) **Ruang Parkir Bas**
Koperasi menyediakan dua (2) ruang kawasan parkir bas yang berkeluasan 6,000 meter persegi dan 240 meter persegi. Selain itu, koperasi juga turut mempunyai ruang parkir di pejabat koperasi.
- b) **Garaj Penyelenggaraan**
Kemudahan garaj juga turut disediakan untuk proses penyelenggaraan, pembaikan dan penggantian alat-alat baharu. Pihak koperasi akan memeriksa rekod penyelenggaraan setiap bas untuk memastikan tahap keselamatan kenderaan sentiasa dalam keadaan terbaik dan keselamatan penumpang terjamin.

Tanggungjawab Sosial Koperasi

Pelbagai manfaat yang diberikan oleh koperasi kepada pihak pengurusan, pekerja dan anggotanya.

- a) **Peluang Pekerjaan**
Penubuhan koperasi ini telah memberi peluang pekerjaan kepada anggota selaku pemandu dan konduktor bas.
- b) **Sumber Pembiayaan**
Sebanyak 75 buah bas telah dimiliki oleh anggota yang berminat untuk turut serta membantu koperasi dalam perniagaan ini. Koperasi akan memberi kemudahan pinjaman sebanyak 30% dan 70% pula akan ditanggung oleh anggota untuk pembelian bas. Pihak koperasi akan membuat pembayaran terlebih dahulu kepada pihak bank dan tempoh pinjaman selama 5 tahun.
- c) **Pemberian Dividen dan Tambang Bas Percuma**
Anggota juga akan menikmati kadar dividen yang dibayar oleh koperasi berdasarkan keuntungan yang diperoleh setiap tahun. Selain dividen anggota juga turut berpeluang menerima kemudahan tambang bas percuma.
- d) **Insurans dan Rawatan Perubatan**
Pihak koperasi juga menyediakan kemudahan insurans dan rawatan perubatan kepada kakitangan koperasi dan pekerjanya.
- e) **Aktiviti Keraian**
Koperasi mempunyai seorang wakil kesatuan buruh bertujuan membawa isu-isu berkaitan dan cadangan baharu kepada pihak kerajaan dalam membela nasib pekerja-pekerja. Antara aktiviti kesatuan buruh setiap tahun mengadakan program bagi meraikan dan memberi penghargaan kepada pekerja yang cemerlang dan aktiviti lain seperti sambutan ulang tahun kelahiran.



Perbincangan
bersama ALK dan
ketua delegasi
lawatan



Pencapaian dan Perancangan Koperasi

Sejak penubuhan koperasi pada tahun 1976, perkembangan koperasi dan prestasinya sangat membanggakan. Pelbagai pencapaian cemerlang telah diraih oleh koperasi antaranya berada di tempat ke-15 dalam senarai koperasi terbaik di Ho Chi Minh City. Seterusnya pada tahun 2014, koperasi menerima pengiktirafan berprestij daripada Perdana Menteri Vietnam atas kejayaan koperasi dalam aktiviti pengangkutan. Dalam mencapai sasaran koperasi mengekalkan prestasi yang cemerlang dalam perniagaan ini, pihak koperasi telah menyediakan perancangan baharu bagi tahun 2015 adalah seperti berikut:

- a) Memberi fokus untuk memohon tambahan laluan baharu bas daripada pihak kerajaan bagi tujuan meningkatkan pendapatan koperasi.
- b) Menstrukturkan semula organisasi koperasi agar pengurusan lebih efektif dan efisien.
- c) Menghantar pemandu dan konduktor bas untuk menghadiri kursus bagi meningkatkan kemahiran dalam tugas, perkhidmatan pelanggan, komunikasi dan aspek keselamatan.
- d) Menyediakan perkhidmatan bas yang mempunyai kapasiti 17 buah tempat duduk bagi 2 hingga 3 buah laluan di Ho Chi Minh City.
- e) Menerima 100 buah bas baharu daripada kerajaan bagi menggantikan bas lama untuk meningkatkan mutu perkhidmatan dan memberi kepuasan kepada pengguna.
- f) Menerima 30 buah bas yang menggunakan bahan api bebas daripada pencemaran udara.
- g) Bekerjasama dengan kesatuan buruh dalam merencanakan aktiviti pengangkutan koperasi kepada pihak kerajaan.

Faktor-faktor Kejayaan Koperasi

Kejayaan sesebuah koperasi tidak akan tercapai tanpa bantuan dan sokongan daripada pihak-pihak yang berkaitan dan berkepentingan bagi

memastikan kelangsungan perniagaan ini. Faktor kejayaan yang dikenal pasti bagi koperasi adalah seperti berikut:

Sokongan Daripada Pihak Kerajaan dan Kesatuan Buruh

Gerakan koperasi di Vietnam mendapat sokongan kuat daripada pihak kerajaan dan kesatuan buruh. Dalam merencanakan pembangunan koperasi khususnya aktiviti pengangkutan seorang wakil kesatuan buruh telah dilantik oleh koperasi. Tujuannya untuk membawa isu-isu koperasi dan cadangan kepada pihak kerajaan dalam membentuk polisi baharu serta menambah baik polisi yang sedia ada bagi mengembangkan perniagaan ini.

Penglibatan Anggota Koperasi

Penyertaan anggota dalam ekonomi koperasi adalah amat dihargai sejajar dengan pernyataan identiti koperasi yang telah diterima pakai oleh Perikatan Koperasi Antarabangsa (ICA) ketika Deklarasi Manchester pada tahun 1995. Ini terbukti apabila anggota koperasi turut bersama-sama dalam menjalankan bas pengangkutan yang diusahakan oleh pihak koperasi. Sebanyak 75 buah bas telah pun diusahakan oleh anggota koperasi secara sukarela. Secara tidak langsung ia merupakan tanda sokongan dan komitmen kepada aktiviti koperasi.

Sokongan daripada Ho Chi Minh City's Co-Operative Alliance (HCMCCA)

Kejayaan koperasi ini turut disokong oleh HCMCCA yang bertanggungjawab dalam memantau dan mengawal selia gerakan koperasi. HCMCCA berfungsi sebagai organisasi yang mewakili dan melindungi kepentingan anggota koperasi. Selain itu HCMCCA turut mengadakan kempen dan propaganda untuk pembangunan koperasi serta menyediakan perkhidmatan kepada koperasi sewajarnya. Justeru pihak HCMCCA sentiasa memberi latihan kepada pihak koperasi khususnya dalam pengurusan aktiviti pengangkutan dan memantau aspek pengurusan sumber manusia di koperasi. HCMCCA juga sentiasa memberi pengiktirafan kepada koperasi yang meraih kejayaan dalam aktiviti pengangkutan di Ho Chi Minh City.



Salah sebuah laluan yang diberikan oleh kerajaan kepada koperasi



Kawasan parkir bas koperasi yang berkeluasan 6000 meter persegi



Salah sebuah bas yang dimiliki oleh koperasi

Kerjasama Serta Hubungan Baik antara Pihak Pengurusan dan Anggota Lembaga Koperasi (ALK)

Dalam tadbir urus koperasi, ALK merupakan peneraju dan pihak pengurusan pula sebagai pelaksana dalam koperasi. Justeru kejayaan yang telah dicapai oleh koperasi ini merupakan kerjasama daripada seluruh tenaga kerja koperasi dan hubungan yang harmoni di kalangan mereka.

Kesimpulan

Fungsi pengangkutan merupakan salah satu bidang yang dapat memberi sumbangan ekonomi kepada gerakan koperasi di Vietnam. Kejayaan Koperasi Pengangkutan Nombor 15 membuktikan bahawa perniagaan bas pengangkutan dapat menjana pendapatan kepada koperasi. Penglibatan koperasi dalam bidang ini telah memberi peluang pekerjaan

kepada anggota koperasi. Pelbagai manfaat yang telah diberikan oleh pihak koperasi kepada anggota dan pekerjanya. Kejayaan koperasi ini merupakan bantuan dan kerjasama daripada pihak kerajaan, HCMCCA, Anggota Lembaga Koperasi (ALK), pihak pengurusan serta sokongan berterusan oleh anggota koperasi.

Homestay Lonek: Penglibatan Koperasi Perniagaan Homestay

Juliana Hj Md Yusop
juliana@mkm.edu.my
Sektor Pelancongan, Penjagaan Diri dan Kesihatan

Pengenalan

Sektor pelancongan merupakan penyumbang keenam terbesar kepada ekonomi negara Malaysia dengan sumbangan sejumlah RM161 bilion atau 14.9 peratus Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2014. Industri ini mampu menarik seramai 27.44 juta pelancong dengan pendapatan berjumlah RM72 bilion. Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (MOTAC) melaksanakan pelbagai usaha mempromosikan Malaysia kepada dunia bagi memastikan mereka mengenali Malaysia dan seterusnya tertarik untuk melancong ke negara ini. Program promosi terkini yang dilaksanakan oleh kementerian adalah Tahun Melawat Malaysia 2014 dan *Malaysia Year of Festival 2015 (MyFest 2015)*. Terdapat pelbagai jenis aktiviti dan pengalaman yang ditawarkan kepada para pelancong sama ada dari dalam atau luar negara melalui program promosi tersebut antaranya program homestay. Program ini disenaraikan sebagai salah satu daripada sepuluh aktiviti utama yang dicadangkan kepada pelancong melalui laman web kementerian.

Menurut MOTAC, program homestay adalah pengalaman di mana pelancong tinggal bersama keluarga yang dipilih, berinteraksi dan menimba pengalaman kehidupan seharian bersama keluarga homestay dan juga mempelajari budaya masyarakat luar bandar di Malaysia. Produk homestay tidak digolongkan sebagai kemudahan penginapan. Ia lebih memfokuskan kepada gaya hidup dan pengalaman, termasuk budaya dan kegiatan ekonomi. Manakala, Othman (2010) menyatakan konsep homestay merujuk kepada sebuah kawasan perkampungan yang terpencil atau jauh dari pusat bandar yang telah dijadikan sebagai tempat atau pusat tumpuan pelancong berikutan wujudnya ciri-ciri menarik seperti suasana yang damai dan mempunyai keistimewaan yang tersendiri. Melalui konsep homestay, pelancong bukan sahaja merasai sendiri budaya, keunikan, menikmati keindahan landskap di kawasan kampung tersebut malahan turut mendapat suatu pengalaman baharu apabila dapat beramah mesra dengan masyarakat di kawasan tersebut.

Program homestay telah mula diperkenalkan secara tidak rasmi di Malaysia sejak tahun 1970-an lagi. Ketika itu sudah ada sebilangan penduduk kampung di Cherating, Pahang yang menyediakan penginapan kepada para pelancong luar yang ingin tinggal lama untuk menikmati keindahan Pantai Cherating. Para pelancong dibawa untuk tinggal bersama dengan keluarga di kampung mereka dan disediakan sarapan pagi oleh tuan rumah (Amran, 2004). Namun ketika itu penyertaan masyarakat tidak begitu meluas dan homestay di jadikan sebagai alternatif kepada chalet dan pusat peranginan bagi mereka yang ingin menjimatkan kos penginapan. (Yahya & Fauwaz, 2008)

Menyedari wujudnya rangsangan ekonomi melalui aktiviti seperti itu, maka program pengalaman homestay Malaysia telah diperkenalkan secara rasmi di peringkat nasional oleh Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia pada tahun 1995. Program homestay pertama di Malaysia yang mendapat sokongan Kementerian ialah program homestay di Desa Murni, sebuah komuniti yang terdiri daripada lima kampung berdekatan Temerloh, Pahang.

Sehingga Disember 2016, terdapat 3,800 pengusaha homestay meliputi 341 buah kampung dan 193 homestay yang berdaftar dengan MOTAC. Merujuk kepada Jadual 1, jumlah pendapatan serta bilangan pengunjung homestay pada tahun 2016. Terdapat peningkatan pada bilangan pengunjung Homestay pada tahun 2016 berbanding tahun 2015 iaitu sebanyak 4.7 peratus. Walaupun terdapat penurunan jumlah pendapatan homestay sebanyak 19.8% berbanding tahun 2015 ini mungkin disebabkan oleh faktor pengurangan harga pakej homestay bagi tujuan promosi kepada pelancong dari dalam dan luar negara. Peningkatan bilangan pengunjung menunjukkan bahawa program homestay di Malaysia berpotensi tinggi dan berdaya saing untuk melonjakkan aktiviti pelancongan serta meningkatkan ekonomi Malaysia secara keseluruhannya.

Jadual 1: Jumlah Pendapatan dan Pengunjung Homestay Tahun 2015 dan 2016

Perkara	Januari - Disember 2016	Januari - Disember 2015
Bilangan Pengunjung Homestay	410,522 orang	391,225 orang
Pendapatan Homestay	RM23.7 juta	RM28.4 juta

(Sumber: www.motac.gov.my)

Dasar Koperasi Negara (DKN, 2011-2020) telah mengenal pasti lima (5) bidang keberhasilan aktiviti ekonomi yang boleh diberi tumpuan oleh koperasi seperti perkhidmatan kewangan, pemborongan dan peruncitan, pelancongan, penjagaan kesihatan, pertanian dan perladangan. Industri pelancongan dan aktiviti perkhidmatan berkaitan seperti penjagaan diri dan kesihatan merupakan sektor ekonomi yang boleh diceburi oleh koperasi. Sehubungan itu, gerakan koperasi digalakkan untuk menceburi aktiviti pelancongan seperti perniagaan homestay yang dikategorikan oleh kerajaan sebagai salah satu cabang perniagaan yang bernilai tinggi.

Penglibatan koperasi dalam aktiviti perniagaan homestay masih pada tahap yang rendah. Menurut Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM), pada tahun 2016 hanya 36 buah koperasi yang menjalankan aktiviti perniagaan homestay. Jadual 2 menunjukkan senarai koperasi tersebut. Walaupun hanya sebilangan kecil koperasi menceburi aktiviti perniagaan ini, terdapat beberapa homestay yang diuruskan oleh koperasi yang bukan sahaja diiktiraf oleh MOTAC malahan di peringkat antarabangsa. Sehubungan itu, artikel ini akan mengupas lebih lanjut mengenai kejayaan Homestay Lonek yang telah ditadbir oleh Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad dalam melaksanakan aktiviti perniagaan homestay yang boleh dijadikan contoh dan galakan kepada koperasi yang ingin menceburi bidang ini.

Jadual 2: Senarai Koperasi yang Menjalankan Aktiviti Homestay

Bil.	Nama Koperasi
1	Koperasi Keluarga Haji Musa Mohamad Kota Tinggi Berhad
2	Koperasi Kembara Batu Pahat Berhad
3	Koperasi Pegawai-Pegawai Melayu Jabatan Pertanian Negeri Johor Berhad
4	Koperasi Kariah Surau Jauharul Muttaqin Johor Bahru Berhad
5	Koperasi Homestay Kampung Parit Bugis Muar Berhad
6	Koperasi Sungai Lang Berhad
7	Koperasi Homestay Sungai Sireh Tanjung Karang Berhad
8	Koperasi Peserta-Peserta Rancangan Felcra Belimbing Tolak Kedah Berhad
9	Koperasi Pembangunan Kampung Ulu Legong Baling Berhad
10	Koperasi Homestay Negeri Kelantan Berhad
11	Koperasi Gunung Datuk Rembau Berhad
13	Koperasi Homestay Kampung Pelegong Negeri Sembilan Berhad
14	Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad
15	Koperasi Wawasan Pachitan Port Dickson Berhad.
16	Koperasi Homestay D`Pelandok Best Port Dickson Berhad
17	Koperasi Homestay Rawa Lenggeng Negeri Sembilan Berhad
18	Koperasi Kampungku Sungai Haji Mohammad Rungkup Perak Berhad
20	Koperasi Maju Manik Hilir Perak Berhad
21	Koperasi Gdw Mengkuang Pulau Pinang Berhad
22	Koperasi Homestay Sungai Chenaam Nibong Tebal Berhad
23	Koperasi Sungai Pasu Raub Pahang Berhad
24	Koperasi Homestay Malaysia Berhad
25	Koperasi Felda Kemasul Bentong Berhad
26	Koperasi Serbaguna Felda Keratong 3 Berhad
27	Koperasi Felda Mempaga 3 Berhad
28	Koperasi Kampung Mongkos Serian Berhad
30	Koperasi Kampung Melayu Tebakang Serian Berhad
31	Koperasi Homestay Rumah Benjamin Angki Kanowit Berhad
32	Koperasi Pelancongan Mukim Batu Puteh Kinabatangan Berhad
33	Koperasi Homestay Telok Ketapang Terengganu Berhad
34	Koperasi Peneroka Felda Mata Air Perlis Berhad
35	Koperasi Gerakan Daya Wawasan Kampung Paya Guring Berhad
36.	Koperasi Permatang Sepam Berhad

(Sumber: Sektor Pelancongan, Penjagaan Diri dan Kesihatan, SKM)





Salah sebuah rumah Homestay Kampung Lonek.

LATAR BELAKANG HOMESTAY LONEK

Homestay Lonek telah beroperasi sejak tahun 1980-an yang dimulakan atas inisiatif Jawatankuasa Kemajuan Kampung (JKKK) Kampung Lonek. Tujuan asal aktiviti homestay dijalankan di kampung ini adalah untuk memenuhi permintaan pusat pengajian tinggi awam dan swasta untuk pelaksanaan projek anak angkat atau projek melancong sambil belajar bagi pelajar-pelajar kerana keunikan kampung ini yang menawarkan pengalaman kehidupan desa dengan tarikan keindahan alam semulajadi yang menghijau beserta dengan tradisi budaya dan warisan kehidupan berteraskan sistem Adat Perpatih. Sungguhpun begitu, kesungguhan JKKK kampung melaksanakan aktiviti homestay telah membuahkan kejayaan demi kejayaan melalui anugerah dan pengiktirafan yang diterima sama ada di peringkat daerah atau negeri yang dianjurkan oleh kerajaan Negeri Sembilan.



Pintu masuk ke homestay.

Melalui pencapaian yang diperolehi, Kampung Lonek telah diisytiharkan sebagai sebuah perkampungan homestay oleh Kerajaan Negeri melalui Majlis Tindakan Pelancongan Negeri Sembilan. Oleh yang demikian, Homestay Lonek secara rasminya ditubuhkan pada 16 Oktober 2004 dan dirasmikan pelancarannya pada 19 Disember 2004 oleh YB Dato' Hamzah Bin Hj Ghazali, Setiausaha Kerajaan Negeri Sembilan di Balai Raya Kg Lonek.

Kampung Lonek dibuka pada kurun ke-19 oleh sekumpulan peneroka yang diketuai oleh Haji Hamzah dan isteri beliau iaitu Tanjung. Mereka telah menjumpai sejenis pokok bernama Sempunek di Kuala sebatang sungai yang arusnya mengalir terus ke Sungai Jempol. Singkatan sebutan "kua-lo" dan dicantumkan dengan nama pokok "Sempu-nek", maka dinamakan kampung ini "Kampung Lonek". Sejarah ini diceritakan oleh cucu Tuan Haji Hamzah yang bernama lchek binti Samad yang tinggal di Kampung Lonek Seberang dan kini telah pun meninggal dunia. Kampung Lonek adalah kampung induk yang terdiri daripada lima rangkaian kampung iaitu Kampung Tengah, Kampung Tebat, Kampung Masjid Lonek, Kampung Sungai Taling dan Kampung Lonek Seberang. Kedudukan yang strategik telah menarik pelancong untuk datang berkunjung ke Homestay Lonek yang terletak di daerah Jempol, Negeri Sembilan berhampiran dengan Pekan Batu Kikir (5 km), Pekan Bahau (8 km) dan Pekan Kuala Pilah (20 km). Manakala bandar berhampiran pula adalah Seri Jempol (26 km), Seremban (57 km) dan Nilai (85 km).

“ Singkatan sebutan “kua-lo” dan dicantumkan dengan nama pokok “Sempu-nek”, maka dinamakan kampung ini “Kampung Lonek”. ”

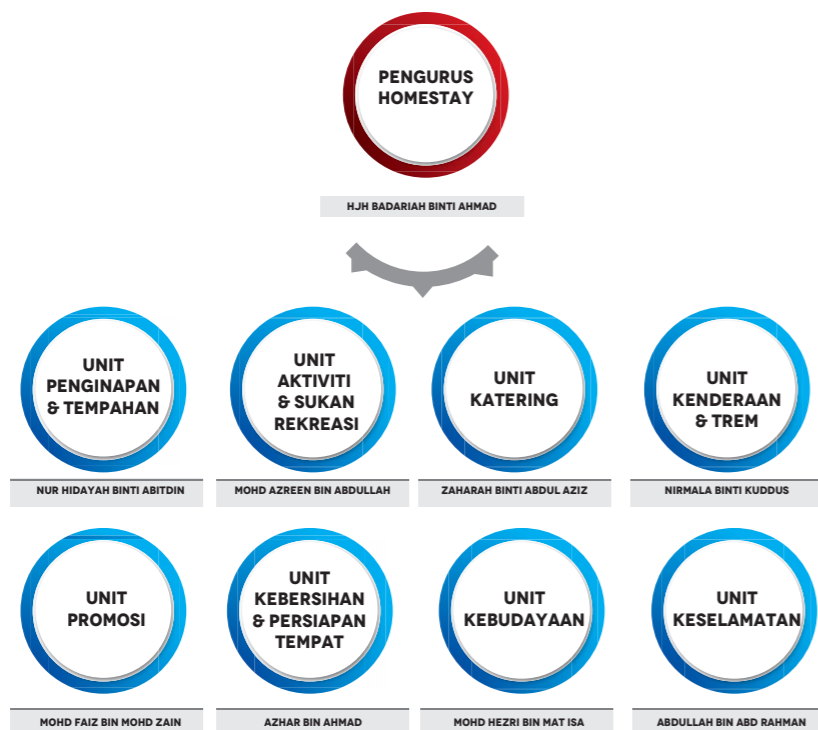


Rajah 1: Kedudukan Homestay Lonek pada peta Negeri Sembilan

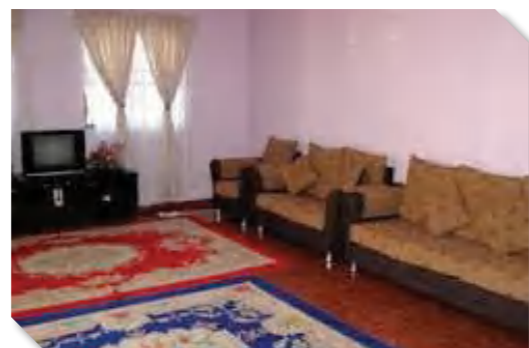
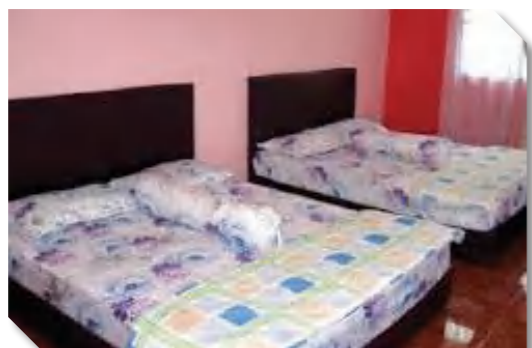
OPERASI HOMESTAY LONEK

Homestay Lonek diuruskan sepenuhnya oleh jawatankuasa yang terdiri daripada Anggota Lembaga Koperasi (ALK) yang diberikan tanggungjawab menguruskan homestay dari aspek pemasaran, tempahan penginapan, katering serta pelaksanaan aktiviti kepada pelancong semasa mereka menginap di homestay. Menurut pengurus homestay iaitu Puan Hajah Badariah binti

Ahmad, segala aktiviti homestay diuruskan sepenuhnya oleh jawatankuasa, dan mereka tidak melantik pekerja sepenuh masa tetapi hanya mengambil pekerja sambil sekiranya terdapat pelancong yang datang secara berkumpulan untuk menguruskan aktiviti bersama pelancong. Rajah 2 menunjukkan struktur jawatankuasa Homestay Lonek.



Rajah 2: Struktur Jawatankuasa Homestay Lonek



Contoh bilik penginapan dan ruang tamu salah sebuah rumah homestay

“ Para pelancong dapat merasai cara hidup “orang nogori” dan berpeluang mencuba pelbagai aktiviti dan masakan Negeri Sembilan. ”



Sehingga Februari 2016, terdapat seramai 32 orang pengusaha homestay yang menawarkan 69 buah bilik penginapan. Homestay Lonek menawarkan pakej dan aktiviti yang menarik sehingga dapat meninggalkan memori indah kepada para pelancong yang pernah menginap di Homestay Lonek. Terdapat juga pelancong yang mencadangkan Homestay Lonek sebagai destinasi pelancongan kepada saudara serta sahabat mereka. Menurut Puan Hjh Badariah binti Ahmad selaku pengurus Homestay Lonek, para pelancong dapat merasai cara hidup “orang nogori” dan berpeluang mencuba pelbagai aktiviti dan masakan Negeri Sembilan. Tambahan lagi, homestay ini melaksanakan aktiviti yang mengekalkan budaya “orang nogori” terkenal dengan loghat dan adatnya. Pengusaha homestay berbangga apabila dapat memperkenalkan adat dan budaya tempatan kepada para pelancong:

Pakej penginapan yang ditawarkan oleh Homestay Lonek adalah tinggal bersama keluarga angkat dengan harga sejumlah RM280 untuk penginapan tiga hari dua malam (3h2m). Pakej yang ditawarkan meliputi

pelbagai aktiviti yang menarik beserta makan dan minum sebanyak enam kali sehari. Selain itu, para pelancong juga mempunyai pilihan untuk tinggal secara bersendirian atau berkumpul dengan menyewa bilik atau chalet yang disediakan. Banyak aktiviti yang dijalankan bagi memeriahkan dan memperkenalkan budaya tradisional penduduk tempatan seperti majlis menyambut ketibaan pelancong, lawatan ke kawasan antara kampung, pertandingan permainan tradisional, persembahan kebudayaan dan banyak lagi.

KEUNIKAN

Selain itu, Kampung Lonek mempunyai keunikan yang dapat menambah nilai bagi menarik kehadiran pelancong menginap di homestay. Antaranya, kebanyakan rumah di kampung ini mengekalkan keunikan bentuk rumah tradisional Negeri Sembilan. Kedudukan kampung ini juga sangat menarik kerana dikelilingi dengan keindahan sawah padi yang hijau dan terbentang luas. Tambahan lagi, terdapat di antara penduduk kampung yang

terlibat dengan aktiviti penternakan seperti memelihara ayam kampung, kambing dan ikan sembilang serta mengusahakan tanaman seperti buah naga, tebu dan cili api. Terdapat juga perusahaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) yang dijalankan di kampung ini seperti perusahaan bunga daun getah, makanan ringan seperti bahu, dodol dan kerepek. Para pelancong diberi peluang untuk mengenali setiap perusahaan yang ada di kampung ini dan diberi peluang untuk mencuba sendiri menghasilkan-produk tersebut.

Malam kebudayaan adalah satu lagi aktiviti yang dinantikan oleh para pelancong yang menginap di homestay ini iaitu persembahan 'bongai'. Para pelancong akan dipersembahkan dengan lagu-lagu "bongai" dan lagu-lagu tradisional Negeri Sembilan. Di samping itu, para pelancong juga diberi peluang untuk mencuba lagu-lagu serta membuat persembahan 'bongai'. Jadual 3 menunjukkan ringkasan pakej dan aktiviti pelancong sewaktu menginap di Homestay Lonek.

Jadual 3: Ringkasan Pakej dan Aktiviti yang Ditawarkan Homestay Lonek

Hari 1	
3.00 PETANG	Ketibaan di Homestay Kg Lonek Sambutan Selamat Datang Taklimat & Agihan kepada keluarga angkat
5.00 PETANG	Balik ke Rumah Keluarga Angkat (RKA) Suai kenal, Rehat, Makan Malam dan Solat
8.30 MALAM	Aktiviti 1 – Ice Breaking Pengenalan kepada Homestay Lonek
10.30 MALAM	Minum malam & balik ke RKA

Hari 3	
8.00 PAGI	Sarapan di RKA
9.00 PAGI	Aktiviti 8 - Menghasilkan Kraf Bunga Daun Getah
10.30 PAGI	Majlis Penutup dan Sesi Imbas Kembali
12.30 T/HARI	Makan Tengahari di Dewan Homestay Lonek Bertolak pulang

Hari 2	
7.30 PAGI	Aktiviti 2 – Senamrobik di Taman Rekreasi Sarapan di Taman Rekreasi
9.00 PAGI	Aktiviti 3 – Eksplorasi Kampung Sawah Padi Demonstrasi Menoreh Getah Lawatan IKS/ Menanam anak pokok/ Gotong Royong Lawatan ke Teratak Za'ba
12.00 T/HARI	Balik ke RKA, Rehat, Makan Tengahari dan Solat
02.30 PETANG	Aktiviti 4 - Eksplorasi Makanan Tradisional Demonstrasi Mengacau Dodol Demonstrasi Mengemping Padi
04.30 PETANG	Minum Petang
04.45 PETANG	Aktiviti 5 - Sukan Rakyat Boling Kelapa Kelereng Tarik Upih Semakin Jauh Semakin Sayang
05.45 PETANG	Aktiviti 6 - Mengoca Ikan Menangkap ikan dengan menggunakan tangan
06.30 PETANG	Balik ke RKA, Rehat, Makan Malam dan Solat
08.30 MALAM	Aktiviti 7 – Malam Mekar Budaya Persembahan "Bongai"-nyanyian tradisional Negeri Sembilan Persembahan Peserta
11.00 MALAM	Minum Malam & Balik ke RKA



AKTIVITI SUKAN RAKYAT (TARIK-UPIH)

AKTIVITI MENGOCA IKAN



AKTIVITI MENGACAU DODOL

PENCAPAIAN HOMSETAY LONEK

Bermula tahun 2005, Homestay Lonek yang beroperasi secara rasmi dengan pengiktirafan kerajaan negeri telah berjaya meningkatkan jumlah pendapatan melalui peningkatan bilangan pelancong tempatan dan luar negara yang mengunjungi homestay mereka. Jadual 4 menunjukkan bilangan pelancong serta jumlah pendapatan Homestay Lonek dari tahun 2005 sehingga 2012.

Tambahan lagi, Homestay Lonek terus meraih kejayaan apabila berjaya menerima anugerah dan pengiktirafan melalui pertandingan-pertandingan yang disertai di pelbagai peringkat sama ada di peringkat daerah, negeri, kebangsaan dan antarabangsa. Pada tahun ini Homestay Lonek yang ditadbir urus oleh KOLONNEK telah meraih penganugerahan homestay yang memenuhi standard di peringkat ASEAN. Kejayaan seumpama ini menunjukkan bahawa koperasi mampu dan berjaya menguruskan Homestay Lonek dengan lebih baik sehingga mendapat pengiktirafan di peringkat antarabangsa. Jadual 5 menyenaraikan kejayaan yang diraih oleh Homestay Lonek melalui pertandingan yang disertai daripada tahun 2004 sehingga 2016.

Jadual 4: Bilangan pelancong serta jumlah pendapatan Homestay Lonek dari tahun 2005 sehingga 2012

TAHUN	PELANCONG TEMPATAN	PELANCONG ASING	JUMLAH	PENDAPATAN (RM)
2005	450	18	468	38,490.00
2006	521	104	625	96,456.00
2007	712	492	1,204	182,438.00
2008	972	344	1,316	203,303.00
2009	2,675	417	3,092	374,270.00
2010	2,874	347	3,131	274,909.00
2011	1,988	367	2,355	169,075.00
2012	2,850	82	2,932	271,553.00

Jadual 5: Senarai kejayaan yang diraih oleh Homestay Lonek melalui pertandingan yang disertai dari tahun 2004 sehingga 2016

TAHUN	PERKARA	ANUGERAH/ PENCAPAIAN
2004	Pertandingan Komuniti Bestari	Wakil Negeri Sembilan
2004	Pertandingan Desa Cemerlang Peringkat N.Sembilan	Naib Johan
2004	Pertandingan KPW Jaya Peringkat N.Sembilan	Johan
2005	Pertandingan Desa Cemerlang Peringkat N.Sembilan	Johan
2005	Pertandingan Sambutan Bulan Kemerdekaan Peringkat Daerah Jempol	Naib Johan
2005	Pertandingan KPW Jaya Peringkat N.Sembilan	Naib Johan
2006	Pertandingan Sambutan Bulan Kemerdekaan Peringkat Daerah Jempol	Naib Johan
2006	Pertandingan Komuniti Bestari Peringkat N.Sembilan	Naib Johan
2006	Projek Interaksi Desa Cemerlang (PIDC)	RM 113,000.00
2007	Anugerah Homestay Terbaik Malaysia Peringkat Kebangsaan	Top 5 Malaysia
2007	Pertandingan Sambutan Bulan Kemerdekaan Peringkat Daerah Jempol	Naib Johan
2007	Sumbangan Khas Program Homestay K-Bestari	RM 50,000.00
2007	Pertandingan Komuniti Bestari	Johan
2008	Pertandingan KPW Jaya Peringkat N.Sembilan	Johan
2009	Anugerah Perdana Pertubuhan Belia Peringkat Daerah Jempol	Johan
2009	Pertandingan KPW Jaya	Johan Negeri
2010	Pertandingan KPW Jaya Peringkat Negeri Sembilan	Johan
2010	Anugerah Homestay Terbaik Negeri Sembilan	Top 10 Malaysia
2011	Permainan Caklempung 30 Jam Tanpa Henti Sempena Hari Belia Negara 2011	Buku Rekod Malaysia
2011 & 2012	Pertandingan KPW Jaya Peringkat Negeri Sembilan	Johan
2011 hingga 2015	Pasukan Marhaban Kg Lonek Peringkat Negeri Sembilan	Naib Johan
2016	Penganugerahan Asean Homestay Standard Di Manila, Filipina	ASEAN

**PENUBUHAN
KOPERASI HOMESTAY
LONEK JEMPOL BERHAD**

Bertitik-tolak daripada kejayaan demi kejayaan yang dicapai oleh Homestay Lonek selepas diisytiharkan sebagai sebuah perkampungan homestay pada tahun 2004 oleh Kerajaan Negeri melalui Majlis Tindakan Pelancongan Negeri Sembilan, JKKK serta para pengusaha homestay telah melangkah setapak lagi dengan menubuhkan Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad pada 21 Disember 2012. Mereka sedar bahawa aktiviti homestay yang diusahakan berpeluang melangkah lebih jauh melalui koperasi sebagai wadah penggerak perniagaan homestay. Pendaftaran secara rasmi koperasi oleh Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) adalah pada 18 Januari 2013 dengan nombor pendaftaran N-3-0539. Pelancaran penubuhan koperasi telah dilaksanakan oleh Pengerusi Jawatankuasa Bertindak Kemudahan Awam, Alam Sekitar, Koperasi dan Kepenggunaan, iaitu YB Dato, Ubaidah bin Dato' Haji Mohd. Rezda pada 1 Februari 2013. Keanggotaan koperasi tidak terhad hanya kepada pengusaha-pengusaha Homestay Lonek malahan terbuka kepada seluruh penduduk daerah Jempol.



Pusat aktiviti koperasi



Barisan ALK dan AJK koperasi

**PENTADBIRAN DAN
PENGURUSAN KOPERASI**

Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad atau lebih dikenali sebagai KOLONEK ditadbir oleh barisan ALK yang amat berdedikasi dan komited dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab mereka dalam menjayakan setiap aktiviti yang dianjurkan koperasi tidak kira sama ada aktiviti ekonomi, sosial ataupun budaya. Uniknyanya barisan ALK koperasi ini terdiri daripada gabungan golongan belia dan warga emas yang saling melengkapi antara satu sama lain dalam urusan pentadbiran koperasi.

Sehingga artikel ini ditulis, KOLONEK tidak melantik kakitangan sepenuh masa. Aspek pengurusan operasi koperasi dilaksanakan dengan diketuai oleh ALK sebagai pengurus manakala anggota koperasi yang dipilih menjadi ahli jawatankuasa biro atau aktiviti seperti yang dipaparkan dalam Rajah 3.



Rajah 3: Struktur Pengurusan KOLONEK

AKTIVITI-AKTIVITI KOPERASI

Keputusan yang diambil oleh para pengusaha Homestay Lonek untuk mengusahakan perniagaan tersebut melalui koperasi adalah amat tepat kerana pelbagai aktiviti tambah nilai dapat ditawarkan kepada pakej homestay antaranya menyediakan kenderaan seperti van dan trem bagi kemudahan pengangkutan pelancong, penternakan lebah kelulut, perkhemahan dan penyediaan makanan. Gambar-gambar berikut menunjukkan antara aktiviti-aktiviti yang ditawarkan kepada pelancong melalui pakej penginapan homestay.

Selain menyediakan perkhidmatan homestay, koperasi juga menceburi bidang aktiviti perniagaan lain iaitu:

- i. Perkhidmatan Sewaan Kenderaan,
- ii. Perkhidmatan Sewaan Khemah Kanopi dan Katering,
- iii. Perkhidmatan Sewaan Chalet,
- iv. Penternakan Lebah Kelulut,
- v. Perkhidmatan Kursus, Mesyuarat, Seminar dan Konvensyen,
- vi. Perkhidmatan Kaunseling, Motivasi dan Pembelajaran,
- vii. Perkhidmatan Perkhemahan,
- viii. Projek Sawah Kampung Lonek,

Secara umumnya, aktiviti perniagaan selain homestay yang diceburi oleh koperasi bertujuan menyokong serta memberi nilai tambah terhadap pakej homestay yang ditawarkan kepada para pelancong. Contohnya, penternakan lebah kelulut, perkhidmatan perkhemahan dan projek sawah Kampung Lonek yang ditawarkan sebagai aktiviti sewaktu pelancong menginap di homestay. Manakala, para pelanggan yang terlibat dalam aktiviti perniagaan selain homestay adalah terdiri daripada anggota koperasi sendiri dan juga masyarakat di daerah Jempol. Gambar-gambar berikut menunjukkan beberapa aset koperasi yang terlibat dengan aktiviti perkhidmatan sewa.



Projek lebah kelulut



Perkhidmatan trem untuk lawatan sekitar kampung



PERKHIDMATAN SEWA KENDERAAN

PERKHIDMATAN SEWA JENTERA



PERKHIDMATAN SEWA KHEMAH KANOPI DAN KATERING



PERKHIDMATAN SEWA ALAT SIARAYA & PUSAT PENGHASILAN CAK LEMPONG



Kesimpulan

Kejayaan Homestay Lonek pada hari ini adalah hasil usaha serta komitmen yang diberikan oleh ALK, pengusaha homestay serta anggota koperasi. Mereka saling bekerjasama menjayakan aktiviti homestay di kampung mereka yang sekaligus menjadikannya terkenal dalam kalangan pelancong dalam dan luar negara. Menjadikan KOLONEK sebagai medium pentadbiran dan pengurusan operasi homestay adalah satu nilai tambah kepada aktiviti homestay yang telah bermula di kampung Lonek sejak tahun 1980an. Koperasi

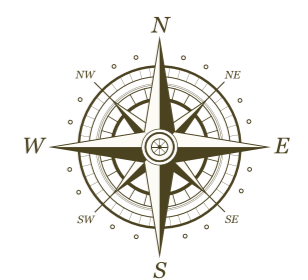
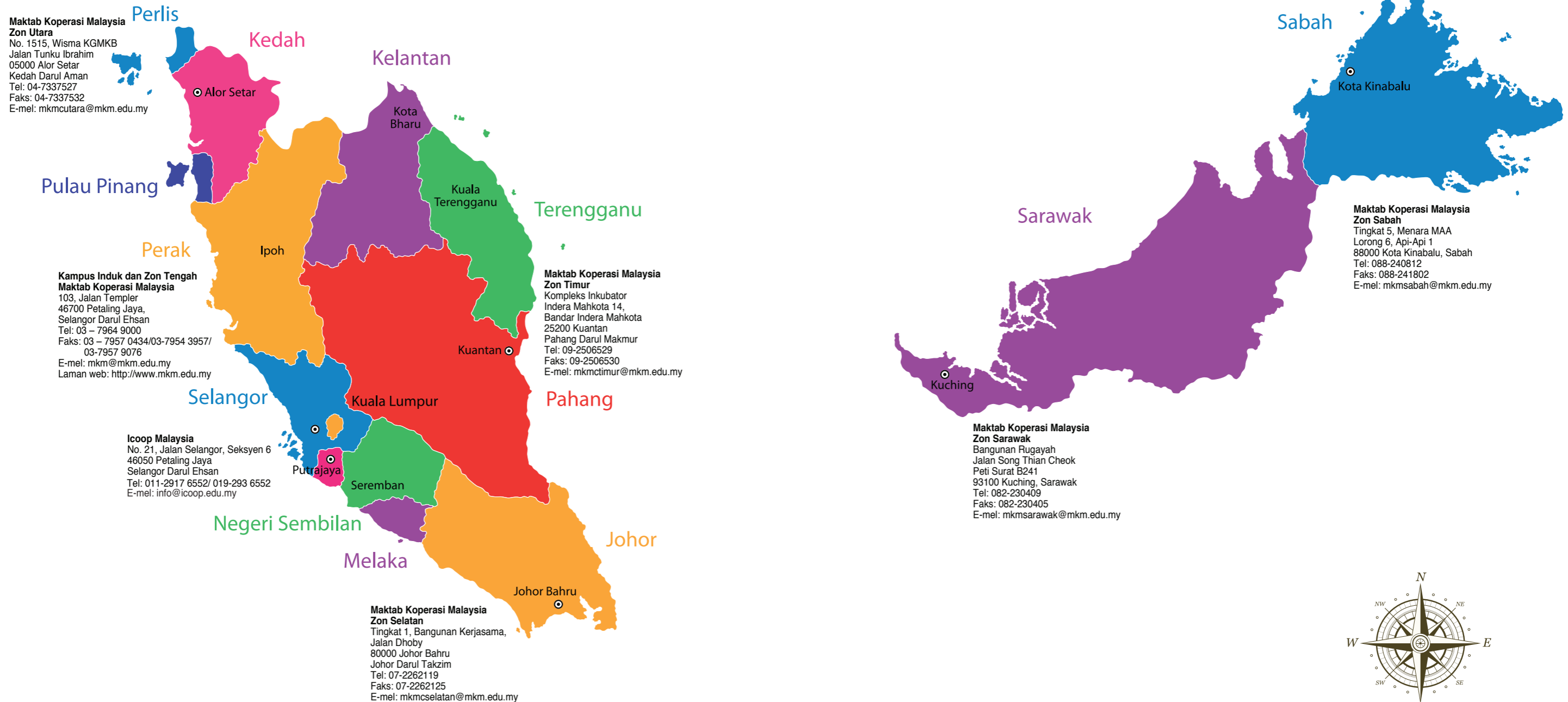
ini telah berjaya melaksanakan peranan memasarkan pakej homestay dan seterusnya menarik ramai pelancong daripada dalam dan luar negara untuk mengunjungi Homestay Lonek sehinggakan telah diiktiraf di peringkat antarabangsa melalui penganugerahan *Asean Homestay Standard* pada tahun 2016. Koperasi yang berminat untuk menjalankan aktiviti homestay disarankan untuk menjadikan KOLONEK sebagai mentor bagi menempa kejayaan dalam aktiviti tersebut.

ALAMAT

PERHUBUNGAN

Laman Web:
Facebook:

www.mkm.edu.my
maktabkoperasimalaysiaia



VLMS

KURSUS WAJIB

KOPERASI

SECARA ONLINE

Latihan & Pembelajaran



PEMBELAJARAN DI Hujung Jari..

BERMULA SEPTEMBER 2016

*Latihan Inovatif,
Koperasi progresif*



MUDAH DAN JIMAT

Menjimatkan masa dan kos



MODEN

Menggunakan pelbagai teknologi komunikasi moden
Mudah digunakan dan mesra pengguna



PENINGKATAN KUALITI

Penumpuan yang tinggi dapat meningkatkan pengetahuan
Interaksi secara online membantu meningkatkan pemahaman



TANPA SEMPADAN

Boleh diakses dimana-mana sahaja dari mana-mana komputer selagi ada perkhidmatan Internet

Pengenalan

Sebagai usaha untuk menyalurkan ilmu pengurusan perkoperasian terutamanya Kursus Wajib kepada semua ALK, MKM mengambil langkah yang proaktif dengan melaksanakannya Kursus Wajib melalui kaedah e-pembelajaran iaitu kaedah yang menggunakan kemudahan Internet yang tersedia tanpa mengira masa dan tempat. Sistem VLMS dibangunkan bagi membolehkan Ahli Lembaga Koperasi dan sesiapa sahaja yang ingin mendalami ilmu pengurusan koperasi mempelajarinya secara dalam talian mengikut masa dan kesesuaian individu. Pembangunan VLMS juga merupakan alternatif pilihan pembelajaran selain secara tradisional (face to face). Kaedah e-pembelajaran ini berupaya menyokong pertambahan permintaan pembelajaran di dalam kelas bagi ALK yang wajib menghadiri kursus wajib koperasi di MKM dalam tempoh lantikan mereka. Penggunaan sistem e-pembelajaran ini mampu menarik minat terutama generasi Y untuk mendalami kursus wajib koperasi.

SASARAN PESERTA

- Anggota Lembaga Koperasi
- Jawatankuasa Audit Dalaman Koperasi

KURSUS DITAWARKAN

- WAJIB 1 (Pengurusan dan Pentadbiran Koperasi)
- WAJIB 2 (Pengurusan Kewangan Koperasi)
- WAJIB 3 (Pengurusan Strategik Koperasi)
- WAJIB JAD (Tatacara Pengauditan dan perakaunan Koperasi)

YURAN

RM50 bagi setiap kursus

ALAMAT PERHUBUNGAN

Urus Setia VLMS,
Pusat Teknologi Maklumat & Komunikasi (ICT)
Maktab Koperasi Malaysia
103, Jalan Templer
46700 Petaling Jaya
Selangor . Tel : 03-79649000 / 03-79649055

