

HBL1203

Perniagaan , keusahawanan dan Teknologi Rumah tangga

- 1.1 – konsep perniagaan dan keusahawanan
- Perniagaan – kegiatan membeli dan menjual dgn tujuan untuk mendapat keuntungan.
 - Keusahawanan – suatu kebolehan utk mengesan peluang perniagaan, mengusahakan perniagaan tersebut, membuat pembaharuan & pengubahsuaian yg berfaedah.
 - Unsur penting keusahawanan :
 - a) Inisiatif berterusan
 - b) mengambil risiko
 - c) mendapat pulangan
 - d) mengembleng sumber
- 1.2 Ciri-ciri usahawan
- Kreatif – kebolehan menghasilkan sesuatu produk baru dan asli.
 - Inovatif – melakukan pembaharuan untuk meningkatkan mutu produk.
 - Berani mengambil risiko –
 - 1) Risiko bersifat perjudian dan x dpt dikawal cth: loteri / cabutan bertuah
 - 2) Risiko yang boleh dikawal
 - Tidak mudah putus asa iaitu cekal mghadapi cabaran
 - Memiliki dorongan dalaman- keyakinan diri yg tinggi
 - Berwawasan dan berpandangan jauh-gigih / realistik
 - Bijak mengambil peluang – pandai rebut sebelum org lain
- 1.3 Mencari idea perniagaan
- Berasaskan keperluan dan kehendak pengguna
 - Berasaskan struktur penduduk, pendapatan dan perubahan cita rasa penduduk.
 - Mbuat kajian ttg pasaran dalam dan luar negara
 - Projek pembangunan oelh kerajaan
 - Penemuan teknologi baru untuk dimajukan
 - Perkembangan IT untuk tujuan promosi
 - Keperluan masalah sosial spt penjagaan anak
 - penghasilan produk yg kreatif dan inovatif
- 1.4 Langkah2 memulakan perniagaan
- mempunyai modal yg mcukupi
 - pemilihan lokasi yg strategik
 - sumber bekalan bahan mentah
 - memikirkan ttg persaingan yg akan dihadapi
 - 4 perkara yg perlu dilakukan utk menubuhkan perniagaan.
 - a) memilih nama perniagaan
 - b) memilih bentuk perniagaan yg bersesuaian
 - c) perlu mendaftar perniagaan
 - d) perlu mengetahui undang2 dan peraturan
 - menyediakan rancangan perniagaan / garis panduan
- 1.5 Cara menjalankan perniagaan
- Perlu ada pengetahuan asas pengurusan
 - stok sbg asset penting kpd operasi (brg2 yg disimpan oleh sesebuah organisasi.)
 - Pengurusan masa yang baik dpt mendisplinkan diri
 - Pengurusan risiko (kenalpasti, analisis dan pkawalan)
 - Pemasaran peka terhadap pelanggan utk lebih luas
 - Pengurusan kewangan yg baik – amanah, bedisiplin
 - menjadi pemimpin yg berwibawa, dihormati dan tunjuk contoh yg cemerlang.
 - Pelanggan adalah raja – beri layanan, bersikap adil
 - Guna komputer menyimpan dan merekod maklumat
- 1.6 Keperluan kewangan dan kemudahan
- meliputi pembiayaan harta tetap dan modal pusingan
 - alternatif sumber modal :
 - a) drp usahawan sendiri – kurangkan hutang
 - b) hutang drp pihak ketiga (kawan, keluarga dll)
 - c) sumbangan modal drp rakan kongsi
 - d) Pinjaman j/panjang & j/pendek drp bank

- e) melalui sewa beli kelengkapan dan pengangkutan
- f) membuat pajakan (stu perjanjian antara pemajak ngan pemberi pajak) bangunan
- g) Kemudahan kredit/pendek drp pembekal

- 1.7 Kemudahan dan bantuan
1. Pembiayaan kewangan
MARA , SMIDEC, MIDF , bank2 komersial
 2. Khidmat pemasaran
FAMA, MEXPO, Karyaneka, BESTA Distributor
 3. khidmat penyelidikan & pembangunan (R&D)
MARDI, FRIM, MPOB, SIRIM
 4. Khidmat pengurusan
MARA, NPC, MEDEC
 5. Khidmat lokasi dan ruang niaga
MARA, Bank Pembangunan Mly, MIEL
 6. MITI, Kpun, PUNB, PNB

Topik 2 – Pengurusan Jualan

- 2.1 Merancang dan menyedia jualan
- a) Perancangan Jualan
- i) Kepentingan Perancangan
- strategi : membolehkan organisasi bertindak balas
- penggunaan sumber2 organisasi dgn efisien dan berkesan.
 - ii) Jenis2 perancangan
- Jangka masa akan beroperasi
- Skop perancangan
 - iii) Proses2 perancangan
- menetapkan objektif
- mentaksir kedudukan semasa
- mentaksir keadaan persekitaran
- merangka tindakan
- perlaksanaan
- b) Penyediaan Barang Jualan
- Merangkumi jumlah kuantiti yg hendak jual , jum barangan simpanan di dlm stor, jum stok yg perlu dipesan
 - perhatikan tarikh luput
 - brg perlu berada dlm keadaan baik
 - perlu label harga dan jenis brg
 - Pelabelan bagi memudahkan peniaga mengkelaskan brg
- 2.2 Mengurus Jualan
- a) Melayan pelanggan – hubungan baik , komitmen
- i) komunikasi- pemindahan idea antara manusia melalui percakapan dan pendengaran. Menarik perhatian pembeli
 - ii) Penyampaian Persembahan Jualan – gunakan tema
- b) Mendapatkan pesanan – borang sebut harga , borang pesanan. Kuantiti brg mesti mencukupi pesanan.
- c) Menyusun atur barang – ruang yg besar, susun ikut jenis barangan, tempat barangan mengikut kelas, ada rak
- 2.3 Strategi Jualan / saluran jualan
- a) Pengedar Industri – org tengah yg membeli produk utk diedarkan
- b) Wakil jualan bebas – organisasi jualan bebas yg menjual produk pelengkap dan buka pemilik produk.
- c) Jualan berkumpulan – terdapat 2 bentuk kumpulan :
 - i) Jualan multilevel – kepelbagaian ahli dlm kumpulan jualan bagi menyesuaikan keperluan firma jualan dan belian.
 - ii) Jualan akaun utama – pembentukan kumpulan utama untuk memenuhi keperluan pelanggan.
- d) Telemarketing – melibatkan penggunaan telefon .
Terdapat 2 jenis iaitu telemarketing luaran (penjual menghubungi pelanggan) telemarketing dalaman (pelanggan menghubungi penjual –smartshop)
- e) Pameran perdagangan – utk mempamerkan produk mereka kpd pelanggan sedia ada dan baru.

Topik 3 – Pengekasan dan Penyata Jualan

1. Definisi Kos – amaun yang dibayar atau nilai barang yg ditukarkan utk mdapatkan sesuatu. Kecuali barang atau perkhidmatan itu diperolehi percuma.
2. Objektif kos – sesuatu barang atau aktiviti yg mana kos-kos yg berasingan diperlukan cth bahan mentah , cukai / kadar, pembaikan, pemasaran dll
3. Elemen kos – dikelaskan kpd beberapa aspek tertentu:
 - a. Sifat semulajadi objektif kos – belanja operasi merupakan jumlah belanja yg dipadankan dgn hasil dalam sesuatu period. Ia dibahagikan kpd :
 - i. Belanja perkilangan – objektif kos :kos bahan langsung, kos buruh ,overhed kilang.
 - ii. Belanja perdagangan – belanja pentadbiran dan belanja pemasaran.
 - b. Pengelasan kos mengikut hubungan dengan tingkat keluaran
 - i. kos tetap – kos yg tidak berubah dlm sesuatu tempoh cth : sewa , cukai pintu, telefon dsn
 - ii. Kos berubah – item2 kos berubah mengikut tingkat keluaran dan aktiviti cth kos bahan langsung, buruh dan belanja pengangkutan.
 - c. Pengelasan kos mengikut hubungannya dgn keluaran.
 - terdapat 2 jenis kos barang dikilang iaitu kos bahan langsung cth bahan mentah asas yg digunakan dan kos bahan tidak langsung cth kos mengangkut, menyusun , mengendalikan mesin dsn
4. Pengiraan kos
Penentuan kos seunit = $\frac{\text{kos pengeluaran}}{\text{Unit pengeluaran}}$
5. Titik Pulang Modal
 - a. Definisi – tingkat aktiviti di mana sesebuah organisasi tidak mendapat untung atau rugi. Jumlah hasil sama dengan jumlah belanja.
 - b. Kepenggunaan – Analisis TPM
 - i. Tingkat keluaran pada TPM dalam unit & ringgit
 - ii. Untung / rugi pd tingkat jualan yg dijangka
 - iii. Harga minimum yg perlu dikenakan utk mencapai untung yg ditetapkan
 - iv. Unit jualan minimum yg perlu bagi mencapai untung yg ditetapkan.
 - v. Perubahan ke atas untung kesan dr kenaikan @ penurunan harga
 - vi. Perubahan ke atas untung kesan dr kenaikan @ penurunan kos berubah.
 - vii. Perubahan ke atas untung kesan dr kenaikan @ penurunan kos tetap.
 - c. Kaedah pengiraan-ada dua kaedah
 - i. Kaedah algebra – Jumlah untung = jum hasil tolak jum kos.
Jum kos = jum kos berubah + jum kos tetap.
Tingkat Aktiviti TPM = jum kos tetap / harga seunit – kos berubah seunit.
 - ii. Kaedah graf – paksi menegak (nilai kos) paksi melintang (tingkat aktiviti)
6. Penyediaan penyata kewangan dan belanjawan tunai.
 - Penyata kewangan – disediakan oleh pengurusan – pengendalian sumber2 yg diamanah- dihujung sesuatu tempoh- memberi perlindungan kpd aset pelaburan-sumber maklumat ttg prospek masa depan- penyata pendapatan dan kunci kira2 boleh diberi kpd pihak luar.
 - Penyata pendapatan- semua hasil yg diperolehi dan belanja yg terlibat bagi sesuatu tempoh.

-Kunci kira2 – penyata aset, liabiliti dan ekuiti pemilik pd suatu tarikh tertentu.
Maklumat dlm kunci kira2 : nama perniagaan, tajuk dan tarikh penyata , butir2 dan amaun aset, butir2 dan amaun liabiliti , ekuiti pemilik

Belanjawan tunai – baki tunai awal, anggaran wang masuk dan keluar bagi satu tempoh akan datang – disediakan dalam 3, 6 dan setahun.

Kepentingannya –

- a. mengukur keupayaan tunai
- b. mengetahui pendapatan dan perbelanjaan
- c. Alat kawalan berkesan
- d. membuat perbandingan
- e. sumber rujukan utama bank

Penyediaan belanjawan tunai

Ada 3 komponen :

- i. penerimaan tunai
 - ii. pembayaran tunai
 - iii. baki tunai
- Langkah2
- i. mulakan dgn baki tunai
 - ii. ditambah anggaran perbelanjaan
 - iii. ditolak semua anggaran pembayaran
 - iv. baki yg didapati ialah baki akhir wang tunai
 - v. baki akhir bulan pertama akan menjadin baki awal bulan kedua.

Topik 4 Promosi

1. Promosi – proses memberitahu kpd o/ ramai ttg sesuatu perkara. Tujuan : utk mberitahu, menyedarkan dan memujuk pengguna ttg keistimewaan sesuatu brg atau perkhidmatan.
2. Peranan :
 - a. Mperkenalkan brg & perkhidmatan yg ada dan baru – jenis , jenama, kuantiti dan kegunaannya.
 - b. Memujuk dan mempengaruhi pengguna
 - c. Mewujudkan permintaan terhadap sesuatu brg atau perkhidmatan.
 - d. Meningkatkan jualan dan keuntungan perniagaan
 - e. Meluaskan paaran brg atau perkhidmatan
 - f. Menonjolkan kelebihan brg yg dipasarkan
 - g. mengekalkan pasaran sesuatu brg atau perkhidmatan
3. Jenis-jenis promosi
 - a. Pengiklanan – gunakan media
 - b. Promosi jualan – pameran, demonstrasi, beri sample, pemberian kupon.
 - c. Jualan Terus – oleh jurujual terus ke premis
 - d. Publisiti – menaja sesuatu program.
4. Media Pengiklanan
 - a. Televisyen
 - b. Surat khabar – 6 jenis kolom : 2 1/16 inci , 4 ¼ inci , 6 7/16 inci , 8 5/8 inci , 10 13/16 inci , 13 inci.
 - c. Majalah
 - d. Radio
 - e. Pengiklanan luar – dinding bangunan, badan bas, teks , papan iklan manual atau elektronik.
5. Faktor pemilihan Pengiklanan
 - a. Kos dan sifat barang –
 - i. objektif iklan – sesuatu perkara yg palimg utama dlm keputusan memilih iklan bagi memasarkan produk.
 - ii. Aktiviti pengiklanan pesaing – meningkatkan kuasa belian atau bertahan dipasaran.
 - iii. Berapa banyak wang utk menghasilkan iklan bermutu.
 - b. Saiz perniagaan dan luas pasaran – perniagaan kecil iklan sedikit , pasaran merangkumi bandar dan luar bandar.

- c. Sasaran Pengguna –
 - i. Pengaruh psikologikal – motivasi, tanggapan, keupayaan pembelajaran dan sikap.
 - ii. Pengaruh peribadi – gaya hidup, status ekonomi, peringkat kitaran hayat.
 - iii. Pengaruh sosial- keluarga, pendapat pakar dan kumpulan rujukan
 - iv. Pengaruh budaya – perayaan dan budaya setempat
- d. Dasar kerajaan – mematuhi peraturan yg ditetapkan

Topik 5 – Etika dan Tanggungjawab sosial

1. Etika – Satu cabang ilmu pengetahuan berurusan dengan apa yang baik mahupun sebaliknya – merupakan satu kewajiban moral. Yunani (ethos)- tabii @ perangai. Greek – karakter.
 - mengkaji hak + tjawab manusia ke atas peraturan moral semasa membuat keputusan dan jenis2 manusia
 - a)- Etika perniagaan – mengkaji tingkah laku manusia s/ada betul atau salah dlm perniagaan- ada 4 tahap : persoalan dlm masyarakat, stakeholder, dasar dalaman syarikat, layanan
 - Etika kerja : berkait dgn bidang pekerjaan - tidak salah dr segi undang jika tidak diamalkan tetapi tidak beretika
 - b)- Jenis2 tindakan tidak beretika
 - i. Utilirian – Sesuatu keputusan yg dibuat bergantung kepada hasil yg diperolehi drp pelaksanaannya. (cth kes empangan) Kelemahannya tidak mengambil kira hak asasi individu, x dpt menentukan yg salah dan benar, x berupaya menyukat utiliti pada faktor bukan kewangan dll.
 - ii. Individu – dasar menghormati dan melindungi hak asasi individu – kesan sesorg boleh melakukan apa saja asalkan x bercanggah ngan undang-undang.
 - Egoism – prinsip diri (fikir apa yg betul pd diri)-
 - Pentingkan diri sendiri walaupun satu pihak jadi mangsa.
 - iii. hak moral – apa-apa tindakan yg disukai dan tidak disukai mesti menjadi undang2 universal. Cth kita tak mahu org mencuri hak kita maka mencuri itu merupakan kesalahan mengikut undang2.
 - iv. kesaksamaan – setiap org mesti dilayan secara sama rata dgn memberi peluang yg serupa.
 - c) Tanggungjawab sosial – tanggungjawab sesbuah organisasi kepada masyarakat :
 - Tanggungjawab ekonomi (menghasilkan produk yg diperlukan),
 - Tanggungjawab undang2 (mematuhi undang2 dan peraturan yg telah ditetapkan),
 - tanggungjawab sukarela (derma, sokongan kewangan dan moral kpd projek komuniti)
2. Perniagaan dan Masyarakat
 - a) Pihak yg berkepentingan (stakeholders)
 - i. Pekerja – org yg mhasilkan barangan- ada upah, majikan perlu adil, menyediakan tempat kerja yg selamat dan sihat.
 - ii. Pelanggan – org yg membeli hasil produk
 - iii. Pembekal – org yg menyediakan dan membekalkan barangan atau perkhidmatan. - mengawal urusan keluar masuk inventori.
 - iv. Pemilik dan pemodal – pemilik – tuannya perniagaan. Pemodal adalah org yg mneluarkan modal.
 - v. kerajaan – mempunyai kuasa mengawal, mengatur dan memantau aktiviti perniagaan melibatkan undang2

- vi. Masyarakat – pengguna sebenar barangan dan perkhidmatan yg ditawarkan.
- b) Pendekatan Timur Barat ttg etika dan tjawab
 - i. Pendekatan Islam – membina kod etika berdasarkan lunas-lunas al-quran.
 - ii. Pendekatan Sekular Barat
 - a. Aliran Naturalisme – ukuran baik buruk sesuatu tlaku ditentukan oleh fitrah manusia.
 - b. Aliran hedonisme – Ukuran etika yg baik dan buruk itu ditentukan oleh kenikmatan dan kelazatan (hedome)
 - c. Aliran Deontologikal

3. Kepenggunaan

- i. Definisi – satu pergerakan sosial utk mewujudkan sebuah masyarakat pengguna yg bijak, sedar dan faham ttg hak dan tanggungjawab.
 - ii. Hak2 Pengguna –
 - a) hak mendapat keperluan asas spt makanan, pakaian, dan tempat tinggal.
 - b) Hak penjagaan keselamatan – mendapat jaminan barang dan perkhidmatan.
 - c) hak mendapat maklumat – mencukupi dan tepat
 - d) Hak membuat pilihan
 - e) hak bersuara secara individu atau perwakilan
 - f) Hak mendapat gantirugi jika diberi barangan rosak, tidak bermutu dan luput tarikh
 - g) Hak mendapat pendidikan kepenggunaan – diberi panduan melalui buletin, media massa dsn
 - h) Hak mendapat alam sekitar yg selamat dan sihat – bebas drp sebarang ancaman.
 - iii. Peranan persatuan pengguna dan kerajaan
 - a) Peranan Persatuan pengguna – FOMCA, CAP, SCA, CANS, CAKE DLL
 - menerima dan menyasiat aduan pengguna
 - menyebarkan maklumat melalui media dan majalah persatuan.
 - menjalankan kajian dan penyelidikan terutama barang makanan dr aspek bahan pewarna, pengawet, perisa dsn.
 - memberi pendidikan kepenggunaan – melalui aktiviti ceramah, kursus, forum, seminar dsn.
 - memberi bantuan dan khidmat nasihat agar pengguna menjadi pengguna yg bijak dan berjimat cermat.
 - b) Peranan kerajaan
 - Menggubal undang2 bagi perlindungan keselamatan dan kesihatan pengguna antaranya : akta perihal dagangan 1972 (pindaan 1982), Ordinan menjual makanan dan dadah 1952 (pindaan 1983) dll
 - Menyelaras kepentingan pengguna – penubuhan Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan (MPPPK) 1973 – nasihat kpd krj ttg kawalan bekalan brg dan harga.
 - Menguatkuasa undang2 antaranya Bhg Penguatkuasaan KPDPNHEP, Kementerian Kesihatan, Kementerian Sains dan Alam sekitar, SIRIM dan bahagian Hal ehwal Islam – logo HALAL.
- Sekain..drp cg zul "Selamat Berpuasa"