

# **PANDUAN PENIAGA KECIL**

# PANDUAN PENIAGA KECIL

DR. MAHATHIR BIN MOHAMAD

DEWAN BAHASA DAN PUSTAKA  
KEMENTERIAN PELAJARAN MALAYSIA  
KUALA LUMPUR  
1987

KK. 330 - 1155 5202

Cetakan Pertama 1973  
Cetakan Pertama (Edisi Kedua) 1982  
Cetakan Kedua (Edisi Kedua) 1987  
© Hakcipta Mahathir bin Mohamad 1973, 1982, 1986

Hakcipta Terpelihara. Tidak dibenarkan mengeluarkan, dalam apa juga bentuk pun dan dengan cara apa jua pun baik secara elektronik, fotokopi, mekanik, rakaman atau lain-lain, mana-mana bahagian artikel/ ilustrasi/isi kandungan buku ini sebelum mendapat izin bertulis dari Ketua Pengarah, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur. Perundingan tertakluk kepada perkiraan royalti atau honorarium.

Diaturhuf oleh Dewan Bahasa dan Pustaka  
Rupataip Teks: Compugraphic T/Roman  
Saiz Taip Teks: 10/12 poin

m  
658.022

MAH

615003

Dicetak oleh  
Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka  
Lot 1037, Mukim Perindustrian PKNS  
Ampang/Hulu Kelang, Selangor.  
\$3.50

- 2 FEB. 1993  
Perpustakaan Negara  
Malaysia

# Kata Aluan

## — Cetakan Pertama

Saya sebagai Yang Dipertua Gabungan Dewan-dewan Perniagaan Melayu Malaysia mengalu-alukan penerbitan buku sebagai panduan untuk peniaga-peniaga kecil ini yang telah diusahakan oleh Y.B. Dr. Mahathir yang saya fikirkan sangat mustahak bagi kebanyakan peniaga bumiputera. Ini adalah memandangkan banyaknya peniaga kecil bumiputera yang baru muncul dalam beberapa tahun ini yang menyahut seruan Kerajaan untuk mengambil bahagian cergas di dalam perniagaan di bawah Dasar Ekonomi Baru. Oleh yang demikian kenalah pada masanya buku seperti ini diterbitkan bagi menolong peniaga-peniaga kecil yang sebilangan besarnya merupakan muka-muka baru di dalam dunia perniagaan.

Walau bagaimanapun, inginlah saya menasihatkan kepada peniaga-peniaga baru ini supaya berhati-hati dan menaruh sepenuh minat di dalam perniagaan mereka dan berusaha bersungguh-sungguh supaya mereka mencapai kejayaan. Dewasa ini kita tidak mahu melihat terlampau banyak kegagalan bumiputera di dalam bidang perniagaan disebabkan mereka menceburi bidang ini dengan terburu-buru kecuali ianya tidak dapat dielakkan oleh sebab-sebab di luar kuasa dan dugaan mereka. Jika sekiranya terlalu banyak kegagalan berlaku, ini bukan sahaja merupakan kegagalan bagi peniaga-peniaga itu, malah lebih buruk lagi, ianya akan mengurangkan kepercayaan, minat dan keazaman bumiputera yang lain dan juga keyakinan kaum-kaum lain yang ingin bekerjasama dengan bumiputera dalam perniagaan.

Seperkara lagi yang ingin saya sentuh ialah sikap setengah-setengah peniaga kita di dalam dunia perniagaan di mana soal-soal bersangkutan-paut dengan perniagaan mestilah dilihat dari segi perniagaan itu sendiri, dan bukannya dari segi politik, perkauman dan memainkan sangat soal yang terlalu emosional.

Saya berharap buku ini akan tersebar dengan luas di seluruh negara supaya ia dapat membantu dan memandu peniaga-peniaga bumiputera yang sedang membangun.

Dengan ini saya mengucapkan setinggi-tinggi tahniah kepada Dr. Mahathir yang telah berusaha selama lebih dari dua tahun untuk menerbitkan sebuah buku yang sangat berfaedah kepada kita semua.

9 Januari 1974.

Tengku Razaleigh Hamzah  
Yang Dipertua

# Pendahuluan

## Cetakan Pertama

Sedikitnya jumlah orang Melayu dan bumiputera lainnya dalam bidang perniagaan telah menjadi satu perkara yang menimbulkan kebingungan di negara kita. Keadaan ini juga diakui sebagai tidak sihat, bukan saja bagi orang Melayu, tetapi juga bagi negara keseluruhannya. Dan perubahan sikap Kerajaan serta rakyat terhadap soal ini telah menimbulkan banyak perbincangan yang dianjurkan oleh Kerajaan dan juga orang ramai.

Akan tetapi sehingga kini kebanyakan daripada perbincangan itu tertumpu kepada tiga perkara: pertama, soal-soal polisi; kedua, desakan untuk memberi peluang yang lebih kepada orang-orang Melayu yang ingin berniaga; dan ketiga, masalah kerjasama yang bermakna daripada peniaga-peniaga bukan Melayu.

Sedikit sekali daripada perbincangan-perbincangan itu yang memberikan perhatian kepada masalah-masalah yang dihadapi dan terdapat pada peniaga-peniaga Melayu, iaitu masalah-masalah yang menjadi penghalang kepada mereka yang baru menceburkan diri dalam lapangan perniagaan. Masalah-masalah dan halangan-halangan ini telah pun mengagalkan banyak dasar dan usaha Kerajaan untuk memberikan peluang perniagaan kepada orang Melayu. Masalah-masalah ini juga telah banyak mematahkan cita-cita dan percubaan orang Melayu untuk memasuki bidang yang sangat mustahak ini.

Kebanyakan daripada halangan ini adalah di luar kuasa

dan keupayaan peniaga-peniaga Melayu sendiri untuk mengatasinya. Halangan-halangan ini merupakan sikap pegawai Kerajaan dan Kerajaan sendiri. Umpamanya syarat "pengalaman" yang menjadi soal tiap-tiap kali orang Melayu ingin menjadi pembekal atau kontraktor kepada Kerajaan. Tender terbuka dan rasuah yang terlihat dengannya juga adalah di luar kuasa peniaga Melayu mengatasinya.

Rasuah menjadi penghalang yang besar bagi peniaga-peniaga Melayu. Mungkin oleh kerana orang Melayu tidak pandai membisu maka pemberian wang rasuah daripada mereka tidak diterima. Oleh sebab pemberian mereka mungkin ditolak, maka mereka enggan menghulurkan wang rasuah. Dengan ini mereka tidak mendapat layanan yang diperlukan.

Sekarang Kerajaan sudah pun bertindak supaya peniaga-peniaga Melayu lebih banyak mendapat peluang daripada dahulu. Tetapi masih timbul masalah 'lambat bayar wang' apabila kontrak sudah dijalankan.

Selain daripada masalah yang telah disebutkan ada pula masalah sikap orang Melayu sebagai pelanggan. Orang Melayu sudah lama biasa dengan kebolehan orang Cina dalam bidang perniagaan. Mereka percaya apa saja yang dibuat oleh orang Cina dalam menjalankan perniagaan adalah baik. Kalau kebaikan ini tidak begitu jelas mereka akan yakin bahawa ada kebaikan yang mereka mungkin tidak nampak.

Sebaliknya orang Melayu menganggap orang Melayu tidak cekap dalam bidang perniagaan. Oleh sebab itu tidak ada satu pun yang dibuat oleh peniaga Melayu yang dianggap oleh pelanggan Melayu sebagai bijak dan baik.

Umpamanya kalau pekedai kopi Cina cuma memakai baju panas waktu bekerja, ini tidak menimbulkan teguran apa-apa. Kalau pekedai kopi Melayu berbuat demikian ini menjadi tajuk perbualan pelanggan. Sebaliknya kalau pekedai kopi Melayu berpakaian bersih dan lengkap ini juga menjadi tajuk perbualan atau teguran di kalangan pelanggan Melayu.

Tetapi kalau pelanggan yang menegur itu menjalankan perniagaan yang sama, maka ia juga akan membuat tingkah laku seperti orang yang ditegurinya. Kalau dahulu pelanggan menganggap harga jualan mahal, apabila ia mengambil-alih perniagaan itu ia juga akan mengenakan harga yang mahal. Pelanggannya pula akan mengkritik perniagaannya. Dan

dengan sendirinya ia akan sedar bahawa sikap terlalu gemar mengkritik itu tidaklah membina.

Sebenarnya kritik-kritik pelanggan kerap kali mempunyai asas yang benar. Tetapi sikap terlalu kritikal ini tidak menolong menjayakan percubaan orang Melayu di dalam bidang perniagaan. Untuk menolong memajukan perusahaan orang Melayu, maka orang Melayu sendiri mestilah ada tolak ansur. Ini tidak bermakna bahawa mereka tidak patut mengkritik. Tetapi hendaklah ditimbangkan sedikit kepada pengalaman yang ada pada peniaga Melayu.

Walau bagaimanapun kita tidak dapat menafikan bahawa ada masalah-masalah dan halangan-halangan yang datangnya dari peniaga-peniaga Melayu sendiri. Untuk mengatasi masalah-masalah dan halangan-halangan ini, mustahaklah peniaga-peniaga sendiri mengenalinya, faham tentang peranan dan kesannya, dan mencari jalan untuk mengatasinya.

Kesedaran dan pengakuan bahawa ada sebab-sebab yang datang dari diri sendiri bermakna pengakuan bahawa diri sendiri adalah salah. Pengakuan ini tidak mudah dibuat oleh sesiapa pun, baik seorang Melayu atau bukan Melayu. Akan tetapi satu-satunya perkara yang sentiasa menghalang orang Melayu mengambil bahagian yang penuh dan berjaya dalam bidang perniagaan ialah kegagalan mengenali kesalahan-kesalahan sendiri dan mengambil langkah-langkah untuk membasmi kesalahan-kesalahan itu serta mengamalkan cara-cara yang boleh membawa kepada kejayaan.

Buku kecil ini ialah satu usaha untuk mengenali dan mengkaji satu persatu masalah-masalah yang kadang-kadang tidak begitu ternyata, yang disebabkan oleh sikap dan penilaian orang Melayu sebagai diri perseorangan atau satu kaum.

Pandangan yang akan dikemukakan di sini bukanlah hasil suatu penyelidikan yang teratur. Pandangan ini adalah hasil pengalaman penulis sendiri semasa menjual buah-buahan dan kopi di pasar minggu, Pekan Rabu, Alor Setar, langsung kepada menjual ubat, alat perkakas kereta, membina rumah-rumah untuk dijual, berlombong bijih dan lain-lain perniagaan yang dibuat oleh penulis sendiri.

Akan tetapi mengenali sebab-sebab kegagalan saja tidak



mendatangkan faedah jika tidak dilakukan cara-cara mengatasinya. Oleh sebab itu perhatian yang berat diberikan bukan saja kepada sebab-sebab kegagalan, tetapi juga kepada kesan sesuatu sikap atau tindakan dalam perniagaan dan cara-cara mengatasinya. Cara-cara yang dikemukakan dalam buku kecil ini tidak terjamin seratus peratus baik dan berhasil, tetapi adalah berasaskan kenyataan dan kebenaran, dan pernah mendatangkan kejayaan.

## Pendahuluan

### Cetakan Kedua

Buku ini ditulis dan dicetak pada kali pertama awal tahun tujuh puluhan. Tidak dapat tidak butir-butir yang terdapat dalam buku yang lebih sepuluh tahun usianya sudah tidak benar lagi. Angka-angka harga dan faedah umpamanya tidak lagi mencerminkan keadaan semasa.

Namun demikian prinsip-prinsip yang terkandung dalam tulisan masih tepat dan berasas. Angka-angka boleh diubah-suai mengikut masa dengan tidak menidakkan kebenaran hujah dan prinsip. Tetapi dalam cetakan kedua ini tidak ada perubahan dibuat terhadap angka-angka ini. Pembaca boleh menggantikannya sendiri.

Samakan untuk cetakan kedua ini ditumpukan kepada pembetulan kesilapan cetak dan penggantian ayat-ayat dan perkataan-perkataan yang kurang tepat dengan yang lebih jelas. Tiap-tiap penulis menganggap bahawa apa yang diketahuinya sebagai latar belakang juga diketahui oleh pembaca. Malangnya ini tidak benar. Oleh itu hujah-hujah penulis kerap kali sukar difahami kerana latar belakang pembaca adalah berlainan. Sebab itu penulis cuba menulis semula beberapa ayat dengan se jelas-jelasnya seolah-olah pembaca tidak mudah faham. Pembaca mungkin berasa tersinggung tetapi diharap akan memaafkan penulis.

Penulis sekarang memegang jawatan yang tidak membenarnya mendapat pendapatan selingan. Oleh itu segala upahan kepada penulis akan didermakan kepada badan-badan amal pilihannya.

Adalah diharap dan didoa supaya buku ini memberi faedah kepada pembaca dan menolong sedikit usaha ke arah penyusunan semula masyarakat.

MAHATHIR BIN MOHAMAD

# Kandungan

	Kata Aluan	v
	Pendahuluan Cetakan Pertama	vii
	Pendahuluan Cetakan Kedua	xi
1	Mengambil Keputusan Berniaga	1
2	Memilih Jenis Perniagaan	10
	3 Modal	16
	4 Tempat	22
5	Perhitungan Modal (Costing)	26
	6 Harga Jualan	34
7	Menyimpan Kira-kira	38
8	Bank dan Pinjaman	44
9	Iklan dan Publisiti	54
	10 Persaingan	64
	11 Penipuan	70
12	Amanah dan Kejujuran	75
	13 Sistem Franchise	80

## Mengambil Keputusan Berniaga

Orang Cina kerap kali diperanakkan dalam dunia perniagaan. Sebab itu memilih perniagaan sebagai usaha untuk mencari sara hidup biasanya tidaklah menjadi satu masalah. Sebaliknya orang Melayu kebanyakannya lahir dari keluarga petani atau keluarga makan gaji. Sedikit benar orang Melayu yang datang dari keluarga yang telah turun-temurun berniaga dan yang bersikap bahawa keturunan mereka mesti masuk dalam bidang perniagaan.

Oleh sebab itu bagi kebanyakan orang Melayu mereka memerlukan satu masa tertentu untuk mengambil keputusan menceburkan diri dalam bidang perniagaan. Masa membuat keputusan ini menjadi satu waktu yang bersejarah bagi seorang anak Melayu. Waktu ini boleh jadi selepas keluar sekolah, atau keluar universiti, atau boleh jadi sewaktu masih bekerja dengan gaji yang tetap. Kerap kali pula waktu ini datang selepas bersara dari bekerja dengan kerajaan atau syarikat yang besar.

Pengalaman dan keadaan sekeliling menyebabkan amatlah susah dan rumit hendak membuat keputusan menjadi seorang peniaga. Bagi seorang Melayu keputusan untuk berniaga bermakna satu perubahan cara hidup yang radikal, yang besar, akan terjadi. Sedangkan manusia umumnya tidak suka kepada perubahan yang kesannya belum dapat dipastikan. Orang Melayu sebagai satu kaum atau sebagai orang perseorangan juga tidak ingin kepada perubahan yang jauh ber-



Kedai sementara! Kedai sambilan

beza daripada yang biasa. Jadi, bagi orang Melayu terutamanya, mengambil keputusan berniaga adalah satu perkara yang berat dan rumit.

Tetapi dari sehari ke sehari telah semakin nyata bahawa orang Melayu mestilah beralih kepada perniagaan untuk mencari sara hidup mereka di dalam negara Malaysia yang sedang membangun ini.

Kekurangan tanah untuk bercucuk tanam dan kekurangan kerja bergaji akibat pantasnya pertumbuhan bilangan penduduk memaksa orang Melayu memberikan perhatian dan harapan yang lebih kepada perniagaan. Selain daripada itu, nyata juga bahawa hanya perniagaan sajalah yang boleh mendatangkan kekayaan yang sebenarnya, yang besar dan tak terbatas.

Kalau cara untuk mendapat kekayaan yang tidak terbatas ini dikuasai oleh kaum bukan Melayu sahaja, akibatnya akan melahirkan kedudukan ekonomi yang tidak seimbang. Keadaan ekonomi seperti ini sudah pasti akan menyuburkan perasaan benci dan dengki yang pasti akan membawa kepada permusuhan antara kaum.

Oleh sebab itu adalah menjadi kewajipan dan tanggungjawab semua pihak untuk mendorong dan memudahkan orang Melayu mengambil tempatnya dalam bidang perniagaan.

Namun begitu, ketetapan memasuki bidang perniagaan akhirnya adalah tanggungjawab diri perseorangan. Pihak lain hanya boleh menyediakan kemudahan dan peluang. Ketetapan ini mestilah dibuat sendiri oleh orang Melayu yang ingin berniaga. Dan ketetapan ini mesti dibuat secara yang sungguh-sungguh, serius dan muktamad. Biasanya keputusan hendak berniaga dibuat dengan maksud untuk memenuhi waktu, untuk kerja sementara sahaja, umpamanya, sementara menunggu dapat jawatan yang bergaji tetap.

Akibat pemikiran yang seperti inilah maka perniagaan yang dimulakan oleh sebilangan besar orang Melayu tidak dirancang secara yang kekal. Buktinya jelas. Kalau seseorang ingin membuka kedai kopi di pekan yang kecil umpamanya, bangunan kedainya dibuat secara sementara dengan menggunakan bahan yang tidak tahan lama supaya kurang belanjanya. Maka terbinalah pondok atap yang tidak kukuh, yang

peniaga tidak boleh menyimpan barang-barang perniagaannya. Ini memaksa ia membawa semua alat dari rumahnya pada waktu pagi dan membawa pulang alat tersebut bila ia menutup kedainya waktu petang atau malam. Cara ini menyusahkan peniaga, dan perniagaan seperti ini dijalankan hanyalah untuk sementara menunggu kerja-kerja lain yang boleh melepaskan dirinya daripada beban yang dibuatnya sendiri.

Akibat daripada ketetapan membuat perniagaan sementara itu ialah kedai yang didirikan tidak sempurna dan usahanya tidak bersungguh. Akhirnya tentulah perniagaan itu tidak maju.

Di mana-mana pun, pembeli-pembeli hanya tertarik kepada kedai yang terang-terang maju. Mereka percaya hanya kedai yang sempurna dan maju sahaja yang boleh diharapkan dan boleh memuaskan kehendak pembeli. Dan sebenarnya anggapan ini betul. Kedai yang diuruskan sebagai usaha sambilan atau sementara tidak tetap perniagaannya. Kadang-kadang dibuka lebih cepat, kadang-kadang lewat sedikit. Kadang-kadang ada barang, kadang-kadang tidak. Kadang-kadang mereka mendapat layanan yang memuaskan, kadang-kadang tidak. Sebab itu pembeli-pembeli akan pergi ke kedai yang lebih teguh dan tetap perniagaannya. Akhirnya kedai sementara itu benar-benar menjadi sementara, akan mati kerana tidak ada pembeli lagi.

Kedai-kedai Melayu yang dijalankan secara sementara atau sambil-sambilan ini dapat dilihat di merata tempat. Pondok-pondok kedai ini didirikan di tepi-tepi jalan. Tak ada sesuatu yang boleh memperkenalkan apa jenis kedai itu sebenarnya. Tidak ada papan iklan dan tidak ada pekerja yang berlagak sebagai pekerja. Sepanjang jalan boleh dilihat kedai seperti ini yang roboh. Tidak pula ada sesiapa yang betul-betul meruntuhkan pondok-pondok ini kerana bangunan-bangunannya tidak berharga: diperbuat daripada kayu yang sudah tidak berguna dan atap yang sudah buruk.

Inilah akibat tidak membuat keputusan untuk berniaga secara yang sungguh-sungguh dan kekal. Perniagaan tidak merupakan perniagaan dan tidak diterima oleh orang ramai sebagai perniagaan. Akhirnya perniagaan ini, tidak lama se-



lepas dimulakan, beransur rugi dan lambat-bangat akan tamat riwayatnya.

Sebaliknya kalau keputusan untuk berniaga dibuat dengan cara yang sungguh-sungguh dan keazaman berniaga yang berkekalan, maka bakal peniaga pun mencari tempat yang betul-betul sesuai walaupun dia terpaksa mengeluarkan bayaran. Bangunan pula akan diperbuat daripada bahan-bahan yang tahan lama dan kukuh supaya alat perniagaan dan barang-barang dapat disimpan di dalam kedai itu. Perhiasan dan penjualan akan dibuat secara teratur dan cukup lengkap. Perhitungan perniagaan juga dibuat supaya kerugian yang mesti dialami pada mulanya dapat diganti apabila perniagaan itu maju.

Oleh kerana semua persediaan ini memakan belanja, tenaga dan mengambilmasa, maka perasaan bertanggungjawab timbul dan peniaga pun tidak lagi menumpukan perhatian kepada kerja-kerja yang lain.

Semua ini hanya akan timbul jika ketetapan hendak berniaga itu dibuat secara sungguh dan berkekalan. Dan perkara-perkara ini akan meyakinkan pembeli-pembeli. Kalau pembeli-pembeli sudah yakin, maka sudah tentu perniagaan akan maju.

Inilah sebabnya ditegaskan, bahawa kalau hendak berniaga, keputusan hendaklah dibuat secara bersungguh-sungguh dan kekal. Kalau ingin berniaga sementara atau sambil-sambilan, adalah lebih baik berdiam diri untuk menunggu peluang makan gaji dan menggunakan modal untuk perbelanjaan biasa.

Keputusan bemiaga secara berkekalan bukanlah bergantung semata-mata kepada cita-cita ingin kekal dalam perniagaan, tetapi juga kepada modal. Banyak bakal peniaga berkata: bukan tak ingin berniaga, tetapi tak ada modal. Bagi orang yang menganggur kata-kata inilah yang sering disebut-sebut.

Akan tetapi modal bukan sahaja wang ringgit. Banyak perkara yang ada pada diri seseorang boleh dijadikan modal. Umpamanya, kalau seorang itu kenal banyak orang, ini adalah satu modal oleh kerana kenalan-kenalannya itu akan menjadi pelanggan-pelanggan atau pembeli-pembelinya. Kejujuran adalah satu modal yang besar. Orang yang dikenali sebagai

seorang yang jujur senang mendapat berbagai-bagai bantuan untuk berniaga. Bantuan ini tidak semestinya merupakan modal pinjaman. Ada bermacam-macam barang dan jenis perniagaan yang dilakukan secara 'consignment' atau kredit atau komisyen. Dalam perniagaan jenis ini hanya orang yang jujur sahaja yang akan mendapat peluang berkali-kali.

Kerajinan juga menjadi modal. Orang yang malas tidak akan berjaya walaupun modalnya cukup. Sebaliknya orang yang rajin boleh berniaga dengan tidak ada modal. Mencari pelanggan suratkhbar, majalah dan barang-barang lain tidak berkehendakkan modal. Beribu-ribu jenis barang dan harta dijual melalui broker. Orang rajin boleh mendapat pesanan untuk bermacam-macam barang. Ia hanya perlu rajin dan pandai membuat perhubungan dengan pembeli dan penjual, dan ia akan mendapat komisyen dari penjualan itu. Sekurang-kurangnya orang yang rajin boleh menjaja kuih — satu perniagaan yang keuntungannya tinggi sekali, iaitu 30% dari apa sahaja yang dijual adalah hak penjaja. Rugi tidak ada sama sekali kerana modal bukan dari penjaja. Cuma tenaga sahaja hak penjaja. Bagi peniaga yang mendapat komisyen seperti ini, kejujuran amatlah penting.

Sifat tidak segan atau tidak malu juga menjadi modal perniagaan. Orang yang pemalu agak susah berjaya dalam perniagaan. Orang yang tidak segan-segan menceritakan kebaikan barang yang dijualnya, orang yang berperasaan bahawa berniaga ialah satu kerja yang tidak hina dan tidak memalukan; orang ini ada modal yang besar dan boleh berjaya dalam lapangan perniagaan.

Oleh kerana itu, soal tidak ada modal bukanlah satu soal yang mencegah atau menghalang ketetapan untuk berniaga sebagai cara mencari sara hidup. Modal wang memang penting dan berguna, tetapi tidak ada wang sebagai modal tidak bermakna seorang yang menganggur mesti menunggu kerja bergaji ataupun mesti meminjam modal. Modal wang boleh dicari dengan menggunakan modal-modal yang lain. Modal wang yang dikumpul secara bekerja sendiri akan lebih dihargai dan tidak akan senang dihilangkan dengan angangan hendak kaya cepat. Perniagaan yang akan menggunakan modal yang dikumpul sendiri tentulah akan dikaji dengan teliti lebih dulu, kerana bakal peniaga tidak ingin wang yang

dikumpulkannya dengan susah payah itu hilang begitu saja.

Sebaliknya perniagaan yang hendak dimulakan dengan modal yang dipinjam biasanya jarang benar difikirkan dengan cukup teliti. Satu contoh yang terang ialah cerita seorang peladang yang ingin "menyambut seruan kerajaan" supaya berniaga. Ia pun datang hendak meminjam \$5,000 untuk membeli sebuah perniagaan barang-barang runcit di sebuah pekan kecil. Ia sama sekali tidak mempunyai pengalaman tentang perniagaan yang hendak dijalankan itu. Bila ditanya: adakah orang Keling\* yang mempunyai perniagaan itu hendak menjualkan perniagaannya? Jawapannya ia "fikir" Keling itu akan jual. Bila ditanya: apakah \$5,000 cukup untuk membeli perniagaan itu? Jawapannya: ia "agak" \$5,000 itu sudah patut.

Nilai sesuatu perniagaan ialah nilai barang dan harta setelah ditolak hutang-piutang. Termasuk dalam nilai harga perniagaan ialah nilai 'goodwill' iaitu nilai kemajuan perniagaan tersebut. Di antara semua taksiran harga sebuah perniagaan, 'goodwill' menjadi satu perkara yang susah dinilai. Perkara ini tidak pun terlintas dalam fikiran peladang tadi.

Apa yang terang dalam cerita di atas ialah bakal peniaga itu tidak membuat taksiran dan penilaian dahulu sebelum berusaha mencari modal. Sebabnya modal itu bukanlah dikumpulkan dengan susah payah sendiri. Kerana itu modal tersebut tidak diberikan penghargaan yang sewajarnya. Juga modal yang hendak dipinjam itu ialah modal sepenuhnya. Tidak ada satu sen pun modal yang tidak dipinjam. Di samping itu perhitungan tentang membayar balik modal yang dipinjam itu sudah tentu tidak dibuat.

Akhirnya cita-cita membeli kedai perniagaan runcit itu tidak berhasil kerana Keling tuan punya kedai itu sebenarnya tidak mahu menjual perniagaannya.

Cerita ini menunjukkan bahawa orang yang bercita-cita hendak berniaga dengan modal yang datang dari orang lain jarang sekali betul-betul berazam hendak berniaga. Contoh di atas memperlihatkan bakal peniaga tidak berusaha untuk memikirkan dan memperhitungkan dengan teliti dan mendalam tentang perniagaan yang hendak dibuatnya. Orang yang mem-

---

\*Istilah daerah Kedah yang maksudnya orang India yang beragama Islam.

buat keputusan hendak berniaga dengan meminjam modal seratus peratus tidak akan mendapat kejayaan.

Oleh sebab itu sebelum membuat keputusan untuk menceburi bidang pemiagaan, kajian pertama yang mesti dibuat ialah tentang modal yang ada pada diri sendiri, baik wang ringgit, atau kebolehan, atau kemahiran, atau kejujuran, atau lain-lain yang menjadi modal. Selepas itu pilihlah, jika boleh, satu pemiagaan yang menggunakan 100% modal wang yang ada pada diri sendiri. Jika tidak, sekurang-kurangnya 25% dari modal mestilah ada pada bakal peniaga.

Kalau pinjaman modal terpaksa dibuat, kajian sepenuh dan cukup mendalam mengenai pemiagaan mestilah dibuat. Cara-cara untuk membayar balik pinjaman itu mestilah dirancangan dari awal dan dengan jujur. Wang yang dipinjam mesti dibayar; jika tidak itulah kali terakhir pinjaman dapat dibuat. Peniaga yang lokek tidak mungkin berjaya.

Kalau semua syarat ini disempumakan sebelum ketetapan berniaga dibuat, maka biasanya, kejayaan yang berkekalan dapat dicapai. Jika syarat-syarat ini tidak dapat dipenuhi, lebih baik ditangguhkan sahaja ataupun tumpukan sahaja perhatian kepada pemiagaan yang lebih sesuai dengan modal sendiri.

Jangan sekali-kali membiarkan diri dipengaruhi oleh satu-satu pemiagaan sehingga syarat-syarat yang perlu diketepikan dan tindakan terburu-buru perkara yang tidak dirancang dilakukan. Tidak ada satu cara yang lebih menjamin kegagalan daripada memasuki pemiagaan tanpa berfikir.

Dari perbincangan di atas dapatlah kita membuat kesimpulan berkenaan dengan mengambil keputusan untuk berniaga seperti berikut:

- (1) Jangan anggap pemiagaan satu kerja yang hina.
- (2) Jika ingin berniaga hendaklah difikirkan supaya pemiagaan menjadi usaha yang berkekalan, tidak sementara atau sambilan.
- (3) Jangan membiarkan diri dipengaruhi oleh sesuatu pemiagaan kerana orang lain maju dalam pemiagaan itu.
- (4) Pilihlah jenis pemiagaan yang sesuai dengan pengalaman, kebolehan dan modal.

- (5) Jangan sekali-kali membuat perniagaan dengan modal yang seratus peratus dipinjam.
- (6) Rancangkan perniagaan supaya ia dapat hidup subur, kekal dan akan menjadi lebih besar pada masa hadapan.

## Memilih Jenis Perniagaan

Banyak sebab atau faktor yang menarik seseorang memilih perniagaan sebagai usaha utama untuk mencari sara hidup. Tetapi bagi orang yang belum biasa berniaga, kerap kali daya penarikannya ialah keuntungan. Bakal peniaga tertarik kepada satu-satu perniagaan kerana "nampaknya" perniagaan itu boleh memberikan keuntungan yang besar.

Memanglah keuntungan yang besar patut menarik perhatian bakal peniaga. Akan tetapi satu perniagaan yang boleh membawa keuntungan besar kepada seorang peniaga belum tentu akan mendatangkan keuntungan yang sama kepada peniaga yang lain. Keuntungan bukan datang kerana jenis perniagaan sahaja, tetapi juga kerana pengalaman dan kebolehan berniaga. Tiap-tiap perniagaan ada sahaja halangan-halangan dan ranjau-ranjau yang akan menurunkan jumlah keuntungan yang dijangka akan didapati.

Melombong umpamanya ialah satu perusahaan yang membolehkan banyak orang Cina menjadi jutawan. Keuntungan dari perusahaan lombong adalah tinggi. Tetapi kerugian juga boleh jadi tinggi. Banyak perkara yang menelan belanja besar yang mesti dihadapi dalam usaha melombong. Bagi orang yang tidak biasa menjalankan perusahaan ini berbagai masalah akan timbul bertalu-talu. Tiap-tiap kali masalah ini timbul, masa dan wang akan hilang. Akhirnya sungguhpun bijih yang dilombong dapat diperah dari bumi, akan te-

tapi hasil dari penjualan bijih itu tidak dapat menampung perbelanjaan yang telah dikeluarkan.

Demikianlah, banyak perusahaan dan perniagaan yang nampak dari luar boleh mendatangkan keuntungan yang banyak, tetapi kalau diusahakan oleh peniaga yang baru, keuntungan yang nampak jelas dari luar itu meresap bila dikejar.

Oleh sebab itu, keuntungan sahaja tidak seharusnya menjadi pertimbangan kita untuk memilih jenis perniagaan. Yang lebih perlu ditimbang ialah pengalaman dan pengetahuan kita tentang perniagaan dan perusahaan itu. Tetapi kebanyakan orang Melayu bukanlah lahir dari keluarga peniaga, dan mungkin tidak ada pengalaman langsung. Jadi di manakah boleh mendapat pengalaman dan pengetahuan?

Jawabnya, tiap-tiap orang biasanya ada pengalaman yang boleh menolong ia memilih perniagaan yang sesuai. Kalau tidak ada, ia boleh mencari pengalaman atau pengetahuan yang diperlukan sebelum menceburkan diri dalam perniagaan itu. Apa yang diperlukan ialah sedikit masa untuk memerhati dan memikirkan serta membuat perhitungan sebelum keputusan yang muktamad dibuat.

Cara yang paling baik untuk mencari pengalaman ialah dengan menjadi pekerja dalam perniagaan itu. Jika ini tidak dapat dilakukan, perhatikanlah cara-cara perniagaan itu dijalankan dari luar. Kalau sanggup berusaha sedikit memang ada perniagaan-perniagaan yang boleh dipelajari dengan cara ini. Boleh juga dengan bertanya kepada orang-orang yang sudah biasa berniaga. Sungguhpun tidak semua hal akan diceritakan tetapi sedikit sebanyak ada juga pengetahuan yang berguna. Akhir sekali ada buku-buku dan tulisan-tulisan berkenaan dengan ilmu perniagaan yang boleh memberikan pengetahuan tentang bermacam-macam jenis perniagaan dan masalah-masalah yang bersangkutan dengannya.

Sekarang ini berbagai kursus perniagaan kecil dan besar boleh didapati. Kerajaan mengadakan kursus yang amat berguna yang boleh disertai oleh sesiapa sahaja yang berminat. Soal tidak ada pengalaman boleh diatasi dengan pelajaran.

Bagaimanapun, semua cara mencari pengalaman memakan masa. Tidak ada jalan yang mudah dan cepat. Akan

tetapi masa dan tenaga yang terbuang itu tidaklah sia-sia, kerana pengetahuan dan pengalaman amatlah mustahak.

Syarat-syarat yang disebutkan berikut ini mestilah dipenuhi dalam membuat pertimbangan untuk memilih perniagaan. Jika ini sudah dilakukan atau dipenuhi, soal memilih jenis perniagaan tidaklah menjadi masalah lagi.

Apabila kebolehan dan pengalaman telah dikaji, dengan mudah pula dapat dikatakan sejauh mana kesanggupan atau kemampuan kita untuk menjalankan perniagaan itu. Soal wang modal akan menjadi halangan hanya jika pemilihan perniagaan tidak sesuai dengan kewangan. Dan supaya perniagaan dapat disesuaikan dengan modal, kita boleh membahagikan perniagaan kepada beberapa jenis mengikut modal wang.

### 1. Perniagaan yang tidak perlu wang modal

Perniagaan sebagai ejen yang mendapat komisyen tidak berkehendakkan modal wang. Perniagaan jenis ini sesuai untuk jenis yang paling kecil hingga kepada jenis yang melibatkan berjuta-juta ringgit. Menjaja kuih adalah satu jenis ejen komisyen yang tinggi untungnya. Biasanya penjaja mendapat 30% dari harga jualan kuih. Jumlah 30% ini boleh jadi lebih tinggi daripada keuntungan yang didapati oleh pembuat kuih sendiri, kerana modal dan kerja semuanya ditanggung oleh pembuat kuih. Jika kuih laris dijual penjaja dapat 30%. Jika tidak laris langsung penjaja tidak rugi barang satu sen pun. Yang menanggung kerugian ialah pembuat kuih. Ejen komisyen untuk perniagaan-perniagaan yang besar tidak dapat merasai keuntungan yang peratusannya begitu besar. Sungguhpun modal tidak diperlukan, janganlah pilih yang untung besar sahaja. Ukurkan pengalaman dan pengetahuan dengan seimbang.

Lain-lain perniagaan kecil yang tidak bermodal sama sekali ialah mencari pelanggan surat khabar dan majalah, menjadi broker tanah dan harta, mengumpul sijil-sijil untuk dimasukkan dalam sarung plastik, membuat salinan fotostat dan lain-lain lagi yang boleh difikirkan oleh bakal peniaga yang jujur. Bagi perniagaan yang besar, perniagaan jenis ejen komisyen ini tidak ada batasnya.



## 2. Perniagaan yang modalnya sebahagian sahaja dikeluarkan oleh peniaga

Bukan semua perniagaan memestikan peniaga membeli semua barang yang hendak dijualnya. Banyak perniagaan yang barang jualannya tidak melibatkan modal peniaga sendiri. Kedai kopi umpamanya, memerlukan modal untuk kedai dan belanja-belanja yang murah untuk kopi, gula dan alat-alat. Kuih boleh dijual secara komisyen. Makanan-makanan lain boleh dijual oleh orang lain, yang bukan sahaja akan menarik pelanggan minuman, tetapi akan membayar sewa tempat pula. Roti dan minuman botol boleh dijual secara komisyen atau 'consignment' iaitu pekedai hanya membayar jika barang itu laku dijual.

Kedai kecil di kampung juga boleh mendapat bermacam-macam barang yang boleh dijual tanpa modal. Papan iklan pun boleh didapati secara percuma atau dengan bayaran yang murah. Bagi kedai-kedai yang menjual barang-barang letrik, banyak barang-barang yang dijual secara komisyen, 'consignment' atau sistem kredit. Sistem kredit membolehkan penjual membayar harga barang itu dalam tempoh tertentu, kadang-kadang sampai tiga bulan. Dalam masa tiga bulan itu, boleh jadi semua yang dibekalkan oleh pemborong sudah dijual. Dengan cara ini modal peniaga tidak terlibat.

Bagi peniaga yang dikenal kerana kejujuran, kecekapan dan tidak lokek, boleh jadi hanya perlu mengeluarkan 30% sahaja dari modal penuh. Baki 70% lagi itu ditanggung oleh pemborong atau sesiapa yang menggunakan tempatnya untuk menjual. Dari hasil perniagaan yang 70% ini tidak ada kerugian yang ditanggung. Tetapi jika ada untung dialah yang akan mendapat bahagian yang terbesar. Perkara yang selalu mesti diawasi ialah menggunakan wang hasil jualan barang-barang yang dibekal oleh pemborong secara kredit. Mungkin kalau wang ini digunakan oleh peniaga, dia tidak akan dapat membayar kepada pemborong apabila genap masa kredit yang diberi. Sekali pemborong hilang kepercayaan kepada peniaga, maka kreditnya pun akan ditamatkan.

## 3. Perniagaan yang 100% modalnya mesti dikeluarkan

Bagi orang yang belum dikenal oleh pemborong, wang tunai selalu diminta untuk pesanan barang-barang. Bagi per-

niagaan kecil, terutama penjual makanan yang sudah siap, semua modal mestilah dikeluarkan oleh peniaga.

Oleh kerana itu, biasanya perniagaan yang kecil memerlukan modal sendiri sepenuhnya (100%). Tetapi bagi perniagaan jenis kecil ini peratus keuntungannya besar. Kadang-kadang keuntungan boleh jadi 100% atau lebih. Ini bermakna, apabila setengah sahaja dari barang itu sudah dijual, peniaga sudah mendapat balik modalnya dan yang bakinya itu adalah keuntungan semata-mata.

#### 4. Perniagaan yang memerlukan modal pinjaman

Hampir semua perniagaan yang besar memerlukan modal yang dipinjam kerana modalnya besar. Modal besar boleh memberi jumlah untung yang besar. Umpamanya, dari modal \$10,000 keuntungan 10% akan berjumlah \$1,000 pada satu tahun. Jikalau modal berjumlah \$100 maka 10% keuntungan, cuma \$10.00. Tetapi perniagaan yang bermodal \$100 mungkin memberi untuk 10% pada satu hari, maka dalam satu bulan keuntungan akan berjumlah \$300, atau \$3,600 setahun. Dari ini adalah jelas bahawa perniagaan besar bukan semuanya memberi untung yang besar.

Oleh kerana jumlah keuntungan dari perniagaan yang modalnya besar nampaknya besar, maka banyaklah peniaga dan bakal peniaga yang ingin membesarkan perniagaan. Mereka berpendapat kalau modal dapat ditambah dengan meminjam wang terlebih, keuntungan mereka juga akan bertambah.

Fikiran seperti ini adalah singkat, kerana wang yang dihutang mesti dibayar pokok dan faedahnya. Ini bermakna kalau wang \$10,000 dipinjam selama 5 tahun dengan faedah 10% maka jumlah yang mesti dibayar balik adalah \$15,000 pokok dan faedah. Kalau keuntungan dari modal \$10,000 itu \$1,000 pada setahun, maka dalam lima tahun baharu dapat dibayar faedahnya saja (\$5,000). Ini pun dengan syarat tidak satu sen pun dari keuntungan itu diambil oleh peniaga. Dan hutang pokok (\$10,000) tidak juga dapat diselesaikan.

Untuk membayar balik semua hutang itu, perniagaan mestilah mendatangkan keuntungan sekurang-kurangnya \$15,000 dalam 5 tahun, iaitu \$3,000 setahun ataupun 30% dari modal.

Ini berarti kalau dapat untung 30% setahun, hanya lepas 5 tahun baharulah peniaga dapat menggunakan wang keuntungannya.

Demikianlah, bagi tiap perniagaan yang menggunakan modal pinjaman perhitungan seperti ini mestilah dibuat. Kalau tidak, maka ini berarti peniaga itu tidak faham masalah perniagaan, ataupun ia tidak jujur pada dirinya sendiri. Akibatnya ialah kerugian! Kecuali jika pengurusan baik dan perniagaan laris, modal yang dipinjam serta faedahnya dapat dibayar dengan masih meninggalkan keuntungan.

Berdasarkan empat jenis perniagaan yang dikemukakan ini, bakal-bakal peniaga bolehlah membuat kajian tentang apakah jenis perniagaan yang sesuai dengan modal yang ada pada mereka. Pilihan yang paling baik ialah menumpukan perhatian kepada jenis yang berkehendakkan modal 100% dari peniaga sendiri. Walaupun perniagaan itu kecil, banyak perkara yang akan membawa kerugian dapat dielakkan. Jenis perniagaan yang mesti dielak oleh peniaga baru ialah perniagaan yang memerlukan modal pinjaman 100%.

Kesimpulannya, pilihlah jenis perniagaan yang sesuai dengan kesanggupan, pengetahuan, pengalaman dan modal sendiri. Kajiilah keempat-empat faktor ini sebaik-baiknya. Dan janganlah percaya kalau ada orang yang mengatakan ada perniagaan yang mudah dan boleh membawa keuntungan dengan cepat dan banyak. Tidak ada yang mudah dalam perniagaan. Hakikat ini akan disedari dengan pahitnya seurus selepas memasuki perniagaan. Tetapi bagi mereka yang membuat persediaan yang baik, rajin dan sanggup menghadapi penderitaan ketika mula berniaga, masa depan mereka adalah cerah.

## Modal

Dalam Bab 1 telah pun dinyatakan bahawa modal bukanlah bererti wang semata-mata. Akan tetapi kebanyakan perniagaan berasaskan wang sebagai modal. Sebab inilah banyak orang Melayu yang ingin berniaga berasa kecewa kerana tidak ada modal atau kurang modal. Yang demikian dalam bab ini secara khusus akan dibincangkan masalah wang modal.

Sebenarnya soal tidak ada modal atau kurang modal tidaklah timbul kalau pemilihan perniagaan dibuat mengikut panduan yang diberikan dalam bab yang lalu, iaitu perniagaan hendaklah dipilih berdasarkan modal yang ada di tangan. Malangnya banyak bakal peniaga lebih tertarik pada keuntungan yang besar, bukan kepada kemampuannya berniaga dalam bidang yang dipilihnya.

Umpamanya, banyak orang tertarik kepada perusahaan melombong disebabkan banyak orang yang sudah kaya kerana melombong. Tetapi kita selalu lupa bahawa kebanyakan dari pelombong-pelombong yang kaya adalah tua-tua belaka. Mereka terpaksa berusaha keras dan mengalami berbagai cubaan berpuluh-puluh tahun sebelum mereka berjaya. Juga bagi tiap orang yang berjaya dan kaya, biasanya ada sepuluh yang menjadi papa dan merana. Sebab itulah orang Melayu yang memasuki bidang ini dengan gopoh-gapah hampir semuanya gagal. Yang berjaya hanyalah orang yang makan "royalty" saja.

Ini tidaklah bermakna orang Melayu tidak boleh me-

lombong. Kenyataan di atas adalah untuk mengingatkan bahawa melombong berkehendakkan modal yang banyak untuk mengatasi bermacam-macam masalah yang akan timbul dari semasa ke semasa. Kebanyakan masalah ini tidak dapat ditentukan berapa banyakkah belanja yang mesti ditambah untuk menyelesaikannya. Di antara masalah-masalah itu termasuklah lambat mendapat kebenaran, hujan, jenis tanah yang merosakkan jentera, pekerja yang susah dikawal, penyelewengan, penipuan, tanah runtuh, kaji bumi yang tidak tepat, dan bermacam-macam lagi masalah yang kalau tidak memaksa tambahan modal, sekurang-kurangnya menghalang pendapatan.

Oleh kerana itu kalau diharapkan hasil perlombongan untuk membayar belanja kerja-kerja permulaan, maka kerap kali pemodal terpaksa berhutang beberapa kali kerana hasil tidak dapat sedang belanja harian dan belanja-belanja lain mesti dikeluarkan. Kerana itu untuk melombong bukan saja diperlukan modal yang cukup tetapi mestilah ada modal yang lebih daripada cukup.

Keterangan tentang belanja melombong ini adalah suatu contoh yang menunjukkan bahawa modal bagi satu-satu perusahaan, kecil atau besar, mestilah lebih daripada cukup. Perniagaan orang-orang Melayu kerap kali tidak cukup modal. Ini ternyata daripada peristiwa yang berlaku apabila Pasar Yaakob (Alor Setar) dirobohkan, dan peniaga-peniaga disuruh membuka perniagaan di bangunan baru (Pasar Serbaneka) yang dibangunkan oleh Kerajaan.

Pasar baru yang disediakan oleh Kerajaan ini memang lebih baik daripada Pasar Yaakob. Malangnya waktu peniaga Pasar Yaakob disuruh pindah ke Pasar Serbaneka itu, kawasan itu masih terpencil. Tidak ada kedai-kedai lain yang berdekatan dengannya, dan jalan-jalan ke pasar terdedah kepada hujan dan panas. Tidak ada "kaki lima" di sepanjang Jalan Badlisyah yang menuju ke pasar baru yang terpencil itu.

Perniagaan di Pasar Serbaneka ini cuma akan maju setelah kompleks membeli-belah (shopping complex) dan stesen bas yang berdekatan dengannya siap dan digunakan, dan setelah bangunan-bangunan baru di Jalan Badlisyah siap didirikan.

Akan tetapi peniaga yang awal-awal lagi dipindahkan ke Pasar Serbaneka itu tidak sanggup menunggu tiga empat tahun sampai perniagaan di kawasan ini maju. Mereka tidak mempunyai modal yang cukup. Mereka tidak sanggup mengalami kerugian awal untuk menunggu keuntungan yang lambat datang. Perbelanjaan hari-hari bergantung kepada perniagaan hari-hari. Oleh itu jika lambat mendapat keuntungan, perniagaan terpaksa ditutup. Kalau modal banyak, maka perbelanjaan harian tidak terpaksa bergantung kepada hasil jualan harian. Dan semua perbelanjaan harian ini — sepatutnya dijumlah sebagai modal juga — akan dapat diganti apabila perniagaan meningkat maju.

Dari keterangan ini jelaslah bahawa bagi peniaga-peniaga yang berpindah ke Pasar Serbaneka ini, modal yang dianggap cukup sebenarnya tidak cukup. Mereka memerlukan modal yang lebih dari cukup untuk menutup kerugian dalam masa permulaan.

Jelaslah daripada contoh-contoh ini bahawa semua perniagaan berkehendakkan modal yang lebih dari yang dikatakan cukup. Tetapi berapa banyakkah yang benar-benar cukup? Jika pemilihan perniagaan tidak didorong oleh "cerita untung besar", dan berdasarkan kemampuan diri sendiri, maka modal yang lebih dari cukup itu bererti modal yang cukup untuk menutupi segala perbelanjaan di luar jangka dalam masa permulaan satu hingga tiga tahun. Kerana dalam masa permulaan itu perniagaan belum cukup maju, malah mungkin rugi. Maka belanja harian tidaklah dapat diambil dari jualan. Di samping itu semua perbelanjaan harian ini mestilah dijumlahkan sebagai modal sahaja.

Oleh yang demikian, untuk mengetahui modal yang sebenarnya maka segala perbelanjaan mestilah termasuk dalam kira-kira. Ini bermakna bukan sahaja belanja membeli barang-barang yang hendak dijual, tetapi termasuk juga belanja tempat, alat, sewa, gaji pekerja dan diri sendiri untuk setahun; lesen, iklan, hiasan, faedah dari wang pinjaman dan apa saja yang dibelanjakan untuk perniagaan itu. Kerap kali apabila semua ini dikira, maka modal yang ada tidak mencukupi. Dan jalan keluar yang paling mudah ialah meminjam wang.

Akan tetapi jalan yang paling baik dan tidak mem-

bahayakan ialah memilih perniagaan lain yang modalnya lebih kecil, yang cukup dengan modal di tangan. Ataupun membuat perniagaan itu juga tetapi agak kecil, sesuai dengan modal yang ada. Jika perniagaan seperti yang dirancang itu diteruskan juga tanpa menghirau modal yang ada, maka biasanya perniagaan itu akan gagal. Perniagaan kecil yang berjaya adalah lebih baik daripada perniagaan besar yang gagal.

Perniagaan yang kecil tidak patut dihina, kerana biasanya peratus keuntungannya lebih besar daripada perniagaan yang besar. Perniagaan besar yang bermodal berjuta-juta ringgit, yang termasuk dalam senarai pasaran saham, biasanya memberikan keuntungan 8% hingga 12% pada satu tahun. Ini pun selepas satu hingga tiga tahun perniagaan berjalan. Sebaliknya perniagaan kecil boleh memberikan keuntungan 30,000% setahun.

Umpamanya, menjual kacang rebus. Modal \$5.00 untuk membeli kacang dan merebusnya, boleh dijual sehingga habis dalam masa satu hari, dengan pendapatan kasar \$10.00. Ini bermakna modal \$5.00, mendatangkan keuntungan \$5.00 pada satu hari, iaitu keuntungan 100% pada satu hari. Kalau perniagaan ini dilakukan 300 hari dalam satu tahun, maka keuntungan bersih ialah \$1,500.00 iaitu 30,000% satu tahun. Kalau modal \$5.00 ini digunakan untuk membeli saham dari perniagaan besar, keuntungan dalam satu tahun ialah 60 sen sahaja, jika peratus keuntungan 12% setahun.

Nyatalah modal sedikit tidak menjadi masalah, kalau dipilih perniagaan yang sesuai. Dan dari segi pendapatan adalah lebih baik membuat perniagaan yang kecil daripada mengejar perniagaan yang besar.

Pengalaman mengajar kita bahawa kalau kehendak hati diikuti, maka modal tidak pernah cukup. Orang yang ada \$100.00 selalu berpendapat boleh berniaga kalau ada \$1,000. Tetapi bagi orang yang ada \$1,000 pun tidak cukup juga. Katanya kalau ada \$10,000 maka ia akan dapat membuat perniagaan yang tetap akan maju. Malangnya bagi orang yang ada \$10,000 pun tidak cukup juga. Kalaulah ada \$20,000 atau \$30,000 alangkah baiknya. Beginilah angan-angan peniaga yang tidak banyak bezanya dengan Mat Jenin.

Apabila kita membuka kedai, maka hendaklah dipastikan supaya makin hari barang-barang makin bertambah,

kerana ini adalah tanda kedai yang maju. Dan kedai yang maju, yang penuh atau makin bertambah barang-barang, akan menarik makin banyak pembeli. Kedai yang makin lama makin kurang barangnya, menandakan kemerosotan. Dan ini bererti pembeli-pembeli bukan saja tidak bertambah, malah yang sudah ada pun akan lari ke kedai lain.



Kedai yang penuh sesak dengan barang jualan menarik ramai pelanggan

Akan tetapi bertambah barang bererti memerlukan wang. Dan dalam masa-masa permulaan biasanya wang untuk membeli barang-barang tambahan itu tidaklah boleh diharapkan daripada jualan harian. Sebab itu jumlah modal mestilah dianggarkan supaya cukup untuk membeli barang-barang tambahan dalam masa-masa permulaan ini. Dan satu cara yang paling selamat ialah dengan membeli barang-barang sedikit kurang pada masa permulaan. Modal yang ada dijimatkan sedikit. Kemudian, setelah perniagaan berjalan barulah barang-barang ditambah secara beransur-ansur. Ini bererti, modal yang ada janganlah dihabiskan semua sekali ketika memulakan perniagaan itu. Kedai yang semakin sehari se-



makin sesak dengan barang-barang memberikan gambaran kejayaan, dan menjadi tarikan kepada para pelanggan.

Dari perbincangan di atas dapatlah kita membuat kesimpulan seperti berikut:

- (1) Modal bukanlah menjadi satu masalah kalau pemilihan jenis perniagaan dibuat berpandukan modal yang ada di tangan
- (2) Seboleh-bolehnya janganlah meminjam modal, terutama bagi orang yang tidak biasa berniaga
- (3) Jumlah modal yang dikehendaki mestilah termasuk bukan sahaja bahan-bahan yang akan dijual tetapi juga:
  - a) Belanja menyediakan tempat yang sesuai
  - b) Sewa tempat
  - c) Iklan
  - d) Hiasan
  - e) Gaji pekerja (jika ada) dan diri sendiri
  - f) Lesen-lesen dan cukai
- (4) Modal mestilah termasuk pembelian barang-barang tambahan apabila perniagaan berjalan. Ini perlu untuk menunjukkan bahawa perniagaan semakin maju.
- (5) Modal mestilah cukup untuk belanja perniagaan selama sekurang-kurang satu tahun. Ini perlu untuk menampung keadaan tidak untung yang dialami oleh semua perniagaan pada waktu permulaan. Jangka masa untuk mendapat keuntungan bergantung kepada jenis dan besarnya perniagaan. Semakin besar perniagaan, semakin lama mesti ditunggu sebelum mendapat keuntungan.

Kalau semua perkara di atas ini diperhitungkan, mungkin bakal peniaga akan kecewa kerana mendapati modal yang ada itu tidak cukup. Akan tetapi lebih baik kecewa dulu daripada kecewa kemudian setelah wang yang ada itu habis. Dan perlulah ditegaskan sekali lagi, sekiranya, setelah semua perkara di atas diperhitungkan dan didapati modal tidak cukup, maka lebih baiklah memilih perniagaan lain daripada meneruskan juga perniagaan itu. Inilah cara yang bijaksana.

## Tempat

Tempat menjadi salah satu perkara yang penting dalam perniagaan. Semua orang tahu, walaupun perkara-perkara lain dapat diatasi, kalau tempat yang dipilih tidak sesuai perniagaan tidak akan maju.

Seorang bakal peniaga, semasa berada di Kuala Lumpur untuk pertama kali telah masuk ke sebuah *snack bar*. Kedai ini sebenarnya kedai kopi ala Amerika. Kebersihan, kecantikan kerusi meja, pakaian seragam pelayan, hawa dingin, lampu yang berwarna-warni sangat menarik hati peniaga ini. Sungguhpun harga makanan agak mahal dibandingkan dengan kedai kopi biasa, namun dia tidak merasa tertipu. Dan dia membuat keputusan, bila berkunjung ke Kuala Lumpur dia akan selalu minum di *snack bar*.

Kemudian terlintas dalam fikirannya: mengapa dia tidak membuka *snack bar* di pekannya sendiri. Tentu banyak orang yang ingin minum dan makan dalam *snack bar* yang cantik dan tenang seperti itu. Dan dia cukup yakin perniagaan ini tetap akan maju.

Apabila balik ke pekan kecilnya mulailah dia membuat persediaan untuk membuka sebuah *snack bar*. Modalnya tidak begitu cukup. Tetapi ini tidak menjadi soal. Hawa dingin tak perlu dipasang. Tempat tak perlu sewanya mahal. Perhiasan cukuplah dengan barang yang murah-murah. Dan macam-macam belanja yang difikirkan tak perlu bolehlah dipotong. Akhirnya jadilah sebuah *snack bar* yang rendah

mutunya, tidak sehebat *snack bar* di Kuala Lumpur. Cuma harga makanan dan minuman sahaja yang hampir sama dengan di Kuala Lumpur.

Apabila perniagaan dimulakan banyak juga orang yang datang. Tetapi belanja harian (*overhead*) terlalu tinggi, dan keuntungan tidak dapat menutup perbelanjaan itu. Kerana itu macam-macam perbelanjaan terpaksa dipotong lagi. Tetapi harga makanan tidak boleh diturunkan. Maka jadilah harga mahal yang tidak berpatutan dengan keadaan tempat dan alatan, layanan dan makanan.

Akhirnya pelanggan pun beransur kurang. Orang yang datang pada masa permulaan itu hanyalah kerana hendak mencuba kedai fesyen baru. Kesudahannya, perniagaan fesyen baru yang ditiru dari Kuala Lumpur itu pun tamat.

Inilah satu contoh perniagaan yang tidak sesuai tempatnya. Orang-orang yang makan minum di kedai di pekan kecil jauh bezanya dengan orang yang di pekan besar. Jumlah orang di pekan besar lebih ramai dan bermacam-macam jenis pula. Banyak pula pegawai di pejabat-pejabat dan firma-firma di pekan besar yang makan di luar. Pulang ke rumah susah dan memakan waktu. Setengahnya tidak suka masuk ke kedai biasa. Mereka sanggup mengeluarkan wang lebih sedikit asalkan dapat makan di tempat yang selesa, teratur, kemas dan bersih; apalagi kalau berhawa dingin.

Di pekan kecil pun ada juga orang yang tidak senang dengan kedai makan biasa, tetapi mereka dengan mudah boleh pulang makan di rumah. Lagipun orang semacam itu tidak seramai di pekan besar. Dan kebanyakan orang yang makan di kedai kopi datang dari luar bandar. Bagi mereka ini kedai makan biasa sudah lebih dari cukup. Mereka takut masuk ke *snack bar* kerana harga makanan dan minuman yang lebih mahal. Sebab itu nyatalah, membuka *snack bar* di pekan kecil tidak sesuai.

Perniagaan yang baru dibuka, walaupun jenis atau fesyen baru dan tidak timbul soal persaingan, belum tentu akan maju kalau tempatnya tidak kena.

Sebaliknya perniagaan boleh maju jika tempat yang dipilih berdekatan dengan perniagaan yang sama jenisnya. Kejayaan sebuah kedai kain adalah lebih terjamin kalau dibuka berdekatan dengan kedai kain yang sudah ada. Perniagaan

sate juga begitu. Kedai kopi pun boleh begitu, kalau dibuka di bandar yang banyak penduduk. Pendek kata, di bandar, pemiagaan yang sama adalah lebih maju kalau berdekatan daripada terpencil.

Sebaliknya di kampung dan di pekan kecil, tidak ada keuntungan kalau pemiagaan yang sama dimulakan di tempat yang sama. Umpamanya, kalau sudah ada sebuah kedai runcit yang maju di sebuah kampung, jika dibuka sebuah lagi kedai runcit di sebelahnya, akibatnya kedua-duanya akan mengalami kerugian.

Di pasar, biasanya pemiagaan yang sama jenis selalu berdekatan. Ini memang baik. Di tempat seperti ini — kalau harga sama — yang menarik pembeli-pembeli ialah kemudahan dan layanan. Di pasar yang dua tingkat, kalau tingkat atas menjual barang yang sama dengan tingkat bawah, maka sudah pasti tingkat atas itu tidak akan dapat menarik pembeli. Orang tidak perlu bersusah payah naik ke atas kalau semua barang yang diperlukan ada di tingkat bawah. Sebab itu kalau terpaksa berniaga di tingkat atas, barang jualan atau jenis pemiagaan mestilah berlainan daripada tingkat bawah.

Sewa yang murah bagi tempat pemiagaan tidak boleh diutamakan selalu. Walaupun sewanya murah, tidak ada gunanya kalau pemiagaan tidak maju. Sewa sebuah tempat di tingkat lima sebuah bangunan yang tidak ada lif tentulah murah, tetapi pemiagaan sudah tentu tidak berjaya. Sebab itu adalah lebih baik membayar sewa yang tinggi untuk tempat yang sesuai, daripada mendapat tempat yang tidak sesuai dengan percuma. Peniaga-peniaga Cina sanggup membayar "duit teh" yang banyak untuk tempat pemiagaan yang mempunyai kemungkinan jadi maju.

Zaman ini ialah zaman kereta. Semakin ramai orang menggunakan kereta untuk pergi membeli-belah. Sedangkan tempat letak kereta semakin hari semakin susah dicari. Sebuah gedung besar di Kuala Lumpur terpaksa ditutup kerana pembeli-pembelinya susah mendapat tempat untuk meletak kereta. Sebaliknya sebuah supermarket yang jauh dari tempat-tempat pemiagaan biasa telah maju kerana tempat meletak kereta disediakan dengan banyaknya. Oleh kerana itu jika hendak mencari tempat, soal letak kereta mestilah ditimbangkan juga. Jika ramai pembeli yang akan terdiri dari

orang yang mempunyai kereta, adalah mustahak memilih tempat yang senang meletak kereta.

Bagi perniagaan yang kecil, pelanggan tidak datang bertalu-talu. Ada masanya kedai menjadi lengang; tinggal pekdai seorang sahaja. Ia tidak dapat meninggalkan kedainya kerana bimbang pelanggan datang.

Oleh sebab itu, bagi perniagaan seperti ini, eloklah dijalankan di tempat atau bangunan yang juga menjadi tempat kediaman keluarga peniaga. Cara ini membolehkan keluarganya ikut membantu bila pembeli ramai, ataupun peniaga terpaksa tinggalkan kedai untuk membuat pekerjaan yang lain.

Kesimpulannya, pemilihan tempat sangat penting. Salah pilih tempat akan membuat perniagaan tidak maju atau hancur terus. Kerana itu jadikanlah perkara-perkara di bawah ini sebagai panduan untuk memilih tempat:

- (1) Jenis perniagaan mestilah sesuai dengan tempat. Jenis perniagaan yang maju di pekan besar mungkin tidak maju di pekan kecil.
- (2) Di pekan besar perniagaan yang sama patut berdekatan, tetapi di pekan kecil atau di kampung perniagaan yang sama patut berjauhan.
- (3) Di pasar, perniagaan yang sama jenis patut berdekatan.
- (4) Tempat perniagaan mestilah mudah bagi pembeli datang.
- (5) Pada zaman orang semakin banyak menggunakan kereta seperti sekarang ini perniagaan di tempat yang mudah meletak kereta lebih baik daripada perniagaan di tengah bandar tetapi tidak ada tempat meletak kereta.
- (6) Tempat yang sesuai mestilah menjadi pertimbangan utama, walaupun sewanya tinggi.
- (7) Perniagaan kecil patut dijalankan di bangunan yang juga menjadi tempat tinggal peniaga dan keluarganya.

## Perhitungan Modal (Costing)

Perniagaan mendatangkan keuntungan kalau harga jualan melebihi harga modal. Sebab itu harga jualan tidak boleh ditentukan kalau harga modal tidak diketahui. Jika harga modal tidak diketahui dengan jelas, boleh jadi harga jualan terlalu rendah hingga tidak ada untung, ataupun terlalu tinggi hingga susah hendak dijual. Oleh sebab itu mustahaklah dibuat perhitungan yang lengkap tentang harga modal.

Bagi barang-barang yang sudah sedia untuk dijual dan harga jualannya sama di merata-rata tempat, soal harga modal tidak begitu susah ditentukan. Umpamanya, mesin-mesin dan perkakas elektronik, barang-barang buatan (manufactured goods) dan barang-barang dalam tin sudah ada harga jualan yang tetap dan sama, dan harga modalnya juga telah ditentukan oleh pengimport atau pembahagi. Namun begitu harga modal hendaklah dihitung juga supaya termasuk perbelanjaan pecah dan rosak, faedah bank, kenderaan dan sebagainya. Overhead perjalanan perniagaan mestilah ditimbangkan juga dalam menentukan patut atau tidak sesuatu barang diperniagakan. Dan kalau semua ini dijumlahkan sebagai modal, maka untung yang pada mulanya nampak besar tentu akan menjadi kecil.

Harga modal susah ditetapkan bagi barang-barang yang mesti diproseskan atau disiapkan dulu sebelum boleh dijual. Umpamanya, perniagaan makanan. Berbagai-bagai jenis bahan dicampurkan dan dimasak barulah menjadi sejenis makanan

yang boleh dijual. Dan barang-barang yang dicampurkan itu susah pula hendak dinilai harganya. Sebab itu harga jualannya pun sukarlah hendak ditentukan. Ini jelas umpamanya, kalau dibandingkan banyak mana mi goreng yang dapat dibeli dengan wang \$1.00. Di sebuah kedai \$1.00 mi goreng cukup untuk dua orang, di kedai lain cuma untuk satu orang. Di sebuah kedai seketul ayam goreng dijual 70 sen, di kedai yang lain bukan saja dijual dengan harga 80 sen, tetapi ketulnya pun lebih kecil daripada di kedai yang pertama.

Kadang-kadang cara menyediakan makanan menyusahkan menilai modal. Daging kari kalau dipotong supaya ketulnya besar dan beratnya sama memudahkan penilaian modal. Tetapi kadang-kadang kedai makan Melayu menjual kari daging dengan ketul daging dipotong kecil-kecil. Kadang-kadang banyak ketul dalam satu pinggan, kadang-kadang sedikit. Pelanggan tidak tahu adakah dijual sepinggan sekali atau mengikut ketul. Kalau sepinggan terlalu banyak. Kalau dimakan seketul mungkin dikenakan bayaran untuk sepinggan. Akhirnya mungkin pelanggan tidak berani menempah hidangan itu.

Bagi perniagaan besar soal nilai modal lebih penting. Sebuah hotel yang indah telah dibina dengan modal \$500,000. Hotel ini mempunyai 12 bilik yang cantik. Sewanya \$30 sebilik satu hari. Bagi hotel yang maju biasanya hitung panjang 70% saja daripada biliknya yang digunakan setahun. Dan kalau pengurusannya berjalan baik, keuntungan bersih daripada perniagaan hotel ialah 20%. Oleh sebab itu kalau perhitungan modal dikira betul-betul, perusahaan hotel tersebut tidak patut dijalankan sama sekali.

Pendapatan sehari - 12 x \$30	= \$ 360.00
Pendapatan setahun 365 x 360	= \$131,400.00
70% daripada pendapatan ini	= \$ 91,980.00
Overhed 80% (belanja tetap pengurusan)	= \$ 73,584.00
Anggaran untung 20%	= \$ 18,396.00

Dari kira-kira ini keuntungan bersih dari perusahaan hotel itu ialah \$18,396 pada satu tahun. Keuntungan dalam perniagaan besar sepatutnya 10% dari modal. Kalau modal

\$500,000 sepatutnya keuntungan \$50,000. Dari kira-kira di atas keuntungannya tidaklah sesuai dengan jumlah modal yang dikeluarkan.

Sekiranya modal itu tidak dipinjam, kerugian tidak begitu jelas. Tetapi kalau modalnya dipinjam dengan faedah 10% setahun (jadi faedahnya \$50,000,) maka tentulah rugi sebanyak \$81,604. (Faedah \$50,000 tolak untung \$18,396). Nyatalah keuntungan \$18,396, itu untuk membayar faedah pinjaman pun tidak cukup. Apa lagi untuk membayar pokoknya.

Dengan demikian tentulah lebih senang bagi pemodal menyimpan \$500,000 itu dalam simpanan tetap (fixed-deposit) dengan mendapat faedah 8%. Ini bermakna, dengan tidak bersusah payah ia mendapat \$40,000 setahun.

Dalam bab 4 kita telah melihat contoh *snack bar* yang tidak kena tempatnya. Dari segi modal pula perniagaan ini tidak dimulakan dengan perhitungan modal yang cukup jelas. Kedai kopi biasa menggunakan perkakas dan hiasan yang murah. Pekerja tidak diberi pakaian seragam dan kerap kali terdiri dari keluarga pekedai sendiri. Oleh itu makanan dan minuman dijual murah dan sama dengan harga di kedai-kedai kopi lain.

*Snack bar* memerlukan hiasan yang luar biasa. Meja, kerusi dan pinggan mangkuk yang tinggi mutu dan harganya. Lampu-lampu yang cantik mesti dipasang, dan hawa dingin menjadi perkara yang mustahak. Pelayan pula mestilah yang ada pelajaran dan berkehendakkan pakaian seragam. Pakaian seragam tidak cukup jika tidak ada dua atau tiga pasang dan pakaian baru mesti dibuat sekurangnya tiap-tiap tahun. Jenis makanan dan minuman yang dijual mestilah dimasukkan ke dalam senarai yang dicetak dengan cantik juga. Dan makanan umumnya disediakan atau dimasak apabila dipesan sahaja, tidak seperti kedai makan biasa yang makanannya sudah siap dimasak.

Semua perkara ini meninggikan belanja dan berkehendakkan jualan yang dua atau tiga kali ganda daripada harga di kedai kopi atau kedai makan biasa. Sebotol minuman yang dijual dengan harga 20 sen di kedai kopi, mesti dijual dengan harga 60 sen di *snack bar*. Di sebuah *snack bar* di Kuala Lumpur, sepinggan mi rebus yang dijual dengan harga 50 sen



di kedai kopi, berharga \$2.50, iaitu lima kali ganda. Jika tidak dijual dengan harga yang tinggi seperti ini, hasil jualan tidak akan dapat menutup perbelanjaan overhead yang tinggi tadi.

Demikianlah jumlah modal yang tinggi menyebabkan harga jualan juga mesti tinggi. Dan harga yang tinggi kalau tidak kena pada tempatnya akan mengakibatkan pemiagaan mati dengan sendirinya.

Perhitungan perbelanjaan yang tertib juga dikehendaki dalam kerja kontrak. Kontrak makanan bagi badan-badan atau tempat-tempat yang tertentu biasanya dibuat secara tender. Ini bermakna perhitungan yang teliti mestilah dibuat sebelum memasukkan tender. Kadang-kadang kerajaan menggalakkan orang Melayu menjadi kontraktor bagi satu-satu jamuan Kerajaan. Galakan seperti ini memberikan peluang yang baik, kerana tidak banyak orang Melayu yang boleh memasuki bidang ini. Namun demikian perhitungan yang teliti mestilah dibuat supaya keuntungan yang didapati adalah berpatutan.

Kisah di bawah ini adalah suatu contoh yang baik untuk menjadi bahan pertimbangan.

Dalam satu kursus untuk pegawai tinggi Kerajaan, seorang kontraktor makanan Melayu telah diberi kontrak dengan harga \$8.00 pada seorang pegawai untuk satu hari. Harga ini tinggi kerana pegawai-pegawai yang berkursus adalah pegawai tinggi, dan makanan yang disediakan mestilah istimewa. Malangnya kontraktor Melayu yang mendapat kontrak keemasan ini menyediakan makanan yang bermutu rendah. Amaran demi amaran diberikan kepadanya, tetapi makanan tidak juga berubah. Akhirnya kontrak itu ditamatkan, dan diberikan kepada kontraktor asing dengan harga yang jauh lebih murah.

Apabila diselidiki tentang layanan yang tidak memuaskan yang diberikan oleh kontraktor Melayu itu, didapati ia telah cuba mencari untung yang besar kerana ingin membeli set pinggan mangkuk yang baru untuk kontrak-kontrak yang akan datang. Perhitungan tidak dibuat betul-betul tentang harga yang patut dikenakan atau peratus keuntungan yang patut diambil. Maka disediakanlah makanan yang paling murah supaya keuntungan yang besar dapat dicapai dari kon-

trak yang satu ini. Akibat tidak membuat perhitungan yang berpatutan itu akhirnya pinggan mangkuk baru tidak dapat dibeli, dan pihak kerajaan pun enggan memberikan kontrak kepadanya lagi.

Memang ada perniagaan-perniagaan yang mendatangkan keuntungan yang luar biasa. Tetapi perniagaan jenis ini susah dicari, dan tidak akan kekal apabila diketahui oleh ramai. Sebabnya banyak pula orang yang ingin menjalankan perniagaan yang banyak untung itu. Akhirnya persaingan menjadi hebat dan keuntungan pun akan merosot. Sebab itu, bagi orang yang baru memasuki bidang perniagaan, adalah lebih baik memilih perniagaan yang memberi keuntungan yang biasa saja. Perniagaan seperti ini tidak susah untuk membuat perhitungan modal dan mudah pula menentukan harga jualan yang berpatutan.

Umpamanya, perniagaan rokok. Perniagaan ini sesuai benar bagi orang yang ingin berniaga, tetapi tidak cekap untuk membuat perhitungan modal dan menentukan harga jualan. Sebabnya, harga beli dan harga jual rokok adalah tetap. Perhitungan hanya diperlukan tentang belanja mengadakan kedai kecil dan modal untuk bahan-bahan yang biasa dijual di kedai rokok seperti coklat, gula-gula dan "makanan mainan" anak-anak. Yang mustahak dalam perniagaan ini ialah tempat yang sesuai. Tempat seperti stesen bas, pasar, panggung wayang dan lain-lain tempat hiburan di mana banyak orang berkumpul amatlah sesuai. Kalau sewa atau duit teh yang agak tinggi terpaksa dibayar, maka ini adalah perbelanjaan modal yang patut diterima terutama kalau di tempat ini belum ada peniaga rokok yang lain. Lain-lain perniagaan yang senang dibuat perhitungan modal ialah perniagaan surat khabar dan majalah, kasut Bata, minyak dan baja.

Satu lagi contoh yang menunjukkan perhitungan modal adalah mustahak ialah kegagalan penuntut-penuntut sebuah sekolah pertukangan menggunakan kebolehan mereka untuk bemiaga. Di sekolah ini penuntut diajar membuat bermacam barang dan perabot daripada kayu. Kebanyakan dari penuntut ini mempunyai kecekapan untuk bekerja. Mereka juga diberikan alat pertukangan dengan percuma apabila tamat latihan.

Lebih 400 orang penuntut yang lulus dari sekolah ini,

tetapi tidak ada seorang pun yang betul-betul berjaya dalam perusahaan pertukangan. Ini disebabkan harga barang-barang yang mereka jual atau yang ditempah terlalu tinggi, sehingga tidak ada orang yang membuat pesanan.

Kesalahan meletakkan harga ini disebabkan penuntut-penuntut tersebut tidak mendapat pelajaran tentang membuat perhitungan harga semasa di sekolah dulu. Mereka hanya diajar membuat barang-barang. Sebab itu apabila membuat perusahaan sendiri mereka didorong oleh keinginan mendapat keuntungan yang besar. Dan harga yang ditetapkan adalah agak-agak lebih kurang saja, asalkan dapat untung banyak. Harga jualan sama sekali tidak dikaitkan dengan harga modal. Akhirnya perusahaan itu mati.

Contoh-contoh di atas menunjukkan dengan nyata betapa mustahaknya membuat perhitungan modal sebelum memulakan perniagaan dan sebelum menentukan harga jualan. Sebagai pedoman untuk membuat perhitungan, catatan yang berikut adalah berguna:

1. Kedai dan alat-alat yang kekal: Seboleh-bolehnya susutan (depreciation) 7-8 peratus dari modal alat-alat yang "kekal" termasuklah kedai mestilah diganti dari keuntungan perniagaan tiap-tiap tahun.
2. Duit teh: Belanja ini tidak perlu dimasukkan dalam perhitungan harga modal, kerana boleh diganti kalau kedai atau tempat perniagaan itu dijual kepada peniaga lain.
3. Modal Pinjaman: 10 peratus dari modal pinjaman mestilah dimasukkan dalam perbelanjaan tiap-tiap tahun. Ini bermakna kalau modal yang dipinjam itu \$1,000 maka dalam kira-kira modal pada penghujung tahun akan menjadi \$1,100.
4. Overhed tetap: Semua perniagaan berkehendakkan kepada belanja overhed seperti gaji pekerja, surat-menyurat, lampu, kenderaan, lesen dan sebagainya. Kecil besarnya perbelanjaan overhed ini bergantung kepada besar kecil perniagaan. Makin besar perniagaan makin besarlah overhednya. Perniagaan yang betul-betul besar terpaksa membelanjakan overhed untuk hawa dingin, permaidani tebal, pakaian sera-

gam, kereta syarikat, hiburan dan makanan untuk pelanggan, akaun perbelanjaan pegawai dan sebagainya.

5. Belanja menyediakan bahan jualan: Perniagaan makanan memerlukan belanja persiapan seperti minyak, elektrik dan sebagainya. Biasanya perbelanjaan seperti ini diagak-agak saja. Akan tetapi perbelanjaan seperti ini boleh ditentukan dengan tetap, dan sekali dibuat perhitungan tidak payah dibuat lagi. Kalau perbelanjaan ini diketahui betul-betul, harga seketul ayam goreng Melayu dan Keling tidak akan berbeza seperti sekarang. Harga yang tinggi yang ditakuti oleh pelanggan ialah akibat pakai agak-agak oleh kerana takut rugi.
6. Gaji diri sendiri: Gaji untuk diri sendiri patut ditetapkan supaya perhitungan modal bukan saja lengkap, tetapi untung bersih dapat ditentukan. Juga kalau peniaga hanya menggunakan "gaji" saja untuk perbelanjaan sendiri, dan baki keuntungannya digunakan untuk mengembangkan perniagaan, maka kemajuan perniagaan akan terjamin. Gaji mestilah berpatutan dengan kerja. Kalau dalam sebuah syarikat, pengarahnya siang-siang lagi mengambil gaji atau elaun sebelum syarikat itu maju, amatlah syarikat itu tidak akan maju. Dalam perniagaan kuih atau kacang goreng sekalipun, "gaji" yang berpatutan saja patut dibelanjakan. Kalau semua keuntungan dibelanjakan oleh peniaga, maka perniagaan tidak akan berkembang atau peniagaanya tidak akan dapat memasuki bidang perniagaan yang lebih besar.

Sekiranya semua butir-butir ini dimasukkan dalam perhitungan modal, maka dapatlah diketahui dengan jelas apakah perniagaan yang akan dijalankan itu untung banyak atau sedikit, atau tidak untung sama sekali. Perhitungan ini juga boleh membantu peniaga untuk menimbang semula anggaran modal yang telah dibuat. Boleh jadi ada perbelanjaan yang boleh dikurangkan. Mungkin kedai yang dipilih terlalu besar atau alat-alat kekal yang hendak dibeli terlalu banyak. Kalau selepas mengurangkan anggaran modal, didapati masih

juga tidak berpatutan dengan anggaran keuntungan yang boleh didapati, maka lebih baiklah cari perniagaan lain yang modalnya lebih kecil.

Keuntungan dari perniagaan yang kecil boleh jadi kurang jumlahnya daripada keuntungan perniagaan yang besar; tetapi perlu diingat, dari perniagaan yang besar kerugian juga lebih besar dari kerugian perniagaan-perniagaan yang kecil. Kerugian yang kecil mungkin masih boleh ditanggung, tetapi kerugian yang besar boleh menjadikan peniagaanya menanggung hutang yang tidak habis-habis!

Walau apa jenis perniagaan sekalipun, yang jelas, perhitungan modal tidak boleh diketepikan atau diabaikan. Tidak akan ada perniagaan yang kekal dan maju, jika peniaga tidak tahu modalnya yang sebenar. Perhitungan modal (costing) adalah asas perniagaan.

## Harga Jualan

Perhitungan modal (costing) tidak dapat dipisahkan dari harga jualan. Keuntungan perniagaan didapati kerana lebihnya harga jualan daripada harga modal. Dan harga modal bukan saja berasaskan kepada harga bahan jualan yang dibeli oleh peniaga, tetapi juga perbelanjaan-perbelanjaan lain seperti faedah pinjaman, belanja kenderaan dan lain-lain termasuk overhead.

Tetapi dalam menentukan harga jualan, peniaga mestilah juga menimbangkan perasaan dan kemampuan pembeli-pembelinya. Tiap-tiap pekedai atau peniaga pada masa-masa tertentu pernah juga menjadi pembeli. Dan sebagai pembeli, tentulah ia tidak suka membayar harga yang tidak berpatutan. Begitu jugalah persamaan pelanggan atau pembeli yang datang ke kedainya.

Contoh yang jelas ialah harga jualan barang yang sama di sebuah gedung besar dibandingkan dengan harga jualan di sebuah gerai kecil. Biasanya harga di gerai kecil jauh lebih murah dari harga di gedung besar. Ia memang patut kerana overhead di gedung besar adalah tinggi.

Tetapi kadang-kadang kita dapati ada pekedai-pekedai baru yang meletakkan harga yang tidak ada kaitan dengan overhead. Di Kuala Lumpur ada sejenis makanan Barat yang digemari ramai. Di restoran yang berhawa dingin dan lengkap dengan kerusi meja indah dan pelayan berpakaian seragam, makanan ini dijual dengan harga \$1.10 sepinggan. Garpu,

sudu, kertas kesat tangan dan air minum disediakan.

Sebuah gerai di tepi jalan dimulakan untuk menjual makanan yang sama. Di sini makanan dijual untuk makan sambil berdiri, dipegang dengan tangan, tidak bersudu garpu dan tidak ada apa-apa pun kemudahan seperti dalam restoran. Malangnya harga jualan tidak dikurangkan barang satu sen pun. Kalau di restoran harganya \$1.10, di gerai ini juga \$1.10. Akibatnya sudah tentulah jualannya tidak laris.

Biasanya barang-barang dijual dengan harga yang murah kalau pembelinya membeli banyak. Ini adalah cara biasa dalam semua perniagaan. Jualan serbuk mencuci kain umpamanya, dijual dengan separuh harga kalau dibeli dalam "bungkus ekonomi" (economy pack). Kadang-kadang kalau pelanggan membeli satu-satu barang lebih banyak dari biasa, diberikan pula hadiah.

Tetapi ada peniaga-peniaga yang tidak faham sama sekali perbezaan di antara jualan borong dengan jualan runcit. Misalnya menjelang hari raya jualan daun palas di Alor Star begitu laris. Biasanya untuk jualan runcit diikat sepuluh sepuluh seikat. Dan harga tiap-tiap seikat itu sama. Akan tetapi kalau ada yang ingin membeli 10 ataupun 100 ikat untuk dijual di lain tempat, harga bagi tiap-tiap berkas sama saja, tidak dikurangkan barang satu sen pun.

Begitu juga halnya dengan sate. Kalau secucuk sate dijual 15 sen, seratus cucuk pun dijual dengan harga 15 sen juga secucuk, dan seribu cucuk pun tidak kurang harganya. Sate yang dibakar dan dihidangkan bersama timun dan bawang, harganya 15 sen secucuk. Penjualnya dikehendaki menghidangkan dalam pinggan dan melayan pembeli-pembeli. Pinggan mesti dicuci dan layanan mestilah baik. Tetapi kalau sate yang belum dibakar, dibeli untuk dibakar dan dihidangkan sendiri, walau berapa ratus cucuk pun, harga secucuk tetap 15 sen jugalah.

Kedua-dua contoh di atas ini, dari segi perniagaan, tidaklah betul. Cara jualan borong dan runcit dengan harga yang sama tidak memungkinkan perniagaan jadi besar.

Kedai runcit boleh dijadikan perniagaan besar melalui dua jalan, iaitu (a) dengan menambah bilangan kedai, atau (b) dengan mengubah perniagaan runcit menjadi perniagaan borong. Peniaga yang menjual dengan tidak membezakan

harga runcit dengan harga borong tidak mungkin boleh menjadi peniaga besar yang membekalkan barang-barang kepada peniaga-peniaga runcit.

Dalam menentukan harga jualan, peniaga boleh menimbang dua hal. Kalau harga jualan memberikan keuntungan yang besar, jumlah keuntungan yang banyak boleh didapati hanya dengan menjual sedikit barang saja. Sebaliknya harga yang murah boleh melebihi jualan sehingga jumlah keuntungan melebihi jualan mahal yang sedikit.

Umpamanya, kalau satu barang dijual dengan memberikan untung 10 sen, mungkin pada sehari dapat dijual 10 buah. Jadi jumlah keuntungan sehari ialah \$1.00. Tetapi kalau harga dikurangkan sehingga untung cuma 5 sen sebuah, untuk mendapat untung \$1.00 mestilah dijual 20 buah. Tetapi oleh kerana harga murah, boleh jadi tiap-tiap hari jumlah yang dijual meningkat menjadi 30 buah dan jumlah untung bertambah menjadi \$1.50. Dari segi perniagaan, yang dipentingkan bukan untung dari satu jualan, tetapi jumlah untung dalam satu jangka masa. Oleh sebab itu apabila menentukan harga mestilah ditimbang dari segi larisnya jualan. Kalau hendak mengurangkan harga mestilah dipastikan supaya jumlah barang yang dijual bertambah. Kalau tidak, tak guna dikurangkan harga. Sebaliknya kalau dengan mengurangkan harga itu boleh menambahkan jualan yang berlipat ganda, maka eloklah dikurangkan harga jualan — tak mengapa untung dari tiap-tiap satu unit hanya sedikit. Kerana pada akhirnya jumlah seluruh keuntungan akan bertambah.

Harga jualan juga dipengaruhi oleh jumlah penawaran dan permintaan (supply and demand). Kedua faktor inilah yang menjadi asas penentuan perniagaan. Kalau barang mudah didapati tetapi tidak mudah dijual, maka harga akan merosot. Sebaliknya kalau barang jualan sukar didapati dan pasarannya baik, maka harga akan meningkat naik. Jika peniaga boleh memonopoli atau mengontrol sesuatu jenis barang, maka dialah yang boleh menentukan harga dan akan mendapat keuntungan yang baik. Tetapi kalau satu barang dijual oleh semua pekedai, maka pembelilah yang akan menentukan harganya.

Walau bagaimanapun, tiap-tiap barang ada harga yang sehabis rendah dan yang sehabis tinggi. Harga yang sehabis



rendah ialah harga yang tidak boleh dikurangkan lagi. Kalau dikurangkan juga maka barang itu tidak lagi menjadi bahan pasaran. Dan harga yang sehabis tinggi ialah harga yang melenyapkan langsung kehendak pembeli.

Harga barang-barang mestilah menjamin keuntungan pekedai. Tetapi keuntungan bukan saja bermakna wang. Kadang-kadang keuntungan merupakan kemajuan pemiagaan. Susu tepung dijual oleh semua kedai runcit kerana hampir semua orang membeli susu. Pekedai yang menjual susu tepung menjadikan hampir semua suri rumah tangga sebagai pelanggannya kerana hampir semua ibu memerlukan susu itu. Oleh sebab itu kedai Cina kadang-kadang menjual susu tepung dengan harga yang kurang dari harga modal. Tujuannya supaya orang-orang yang berkehendakkan susu datang ke kedainya dan membeli barang-barang lain yang memberikan keuntungan yang baik. Di sini keuntungan tidak merupakan wang tetapi daya penarik kepada pembeli. Pembeli yang datang untuk membeli suatu barang yang murah sudah pasti akan membeli juga barang-barang yang lain.

"Jual Murah" atau "Cheap Sale" ialah satu cara memajukan pemiagaan. Jual murah sebagai satu cara pemiagaan dibawa dari Barat, dan sekarang ditiru oleh peniaga-peniaga Cina, kecil dan besar. Salah satu tujuannya ialah untuk memajukan jualan barang yang telah lapuk atau yang tidak begitu laku lagi. Cara ini hampir tidak pernah dijalankan oleh peniaga Melayu. Walau lapuk sekali pun barangnya, harga jualan tetap sama. Akhirnya kerugian yang sepatutnya boleh dikurangkan sedikit menjadi kerugian seratus peratus.

Dari keterangan di atas jelaslah bahawa harga jualan sentiasa bergantung kepada bermacam-macam faktor. Umpamanya, suasana pemiagaan, tuntutan dan keperluan, bekalan barang dan keadaan pasaran barang-barang itu sendiri. Peniaga-peniaga yang tidak faham akan faktor-faktor ini tidak mungkin akan maju dalam pemiagaannya.

## Menyimpan Kira-kira

Salah satu perkara yang tidak boleh diharapkan sama sekali ialah ingatan manusia. Sebab, manusia biasanya sering lupa. Dan di antara perkara yang mudah lupa ialah angka-angka dan kira-kira. Sedangkan dalam perniagaan, kira-kira amatlah penting. Perniagaan yang tidak ada kira-kira bukanlah perniagaan. Walau bagaimana kecil pun perniagaan, kira-kira wang mestilah dibuat. Peniaga-peniaga kecil malangnya selalu memikirkan oleh kerana perniagaannya kecil dan kira-kira wang yang terlibat amat sedikit, maka kira-kira perniagaannya tidaklah perlu ditulis.

Anggapan bahawa peniaga kecil tidak perlu menyimpan kira-kira tidaklah betul. Keuntungan dan kerugian tidak dapat ditentukan melainkan ada kira-kira yang bertulis. Kadangkadang ada perniagaan yang nampaknya untung, tetapi perniaganya selalu tidak ada wang. Sekiranya ada dicatatkan kira-kira, maka ia akan tahu ke mana perginya wang itu. Boleh jadi wang yang diambil untuk perbelanjaan sendiri terlebih sedikit, oleh kerana ia percaya perniagaannya maju. Boleh jadi ada beberapa perbelanjaan yang berkaitan dengan perniagaannya yang ianya telah terlupa. Boleh jadi ada pelanggan yang berhutang, dan ia terlupa. Oleh kerana kira-kira yang terang tidak ada, maka peniaga akan khayal dalam kepercayaan bahawa ia mempunyai cukup wang kerana jualannya maju.

Kalau ada kira-kira maka keadaan sebenarnya boleh diketahui oleh si peniaga pada setiap masa. Ia tidak akan

khayal. Ia dapat mengurangkan belanjanya jika mustahak. Ia dapat menambah perniagaannya jika kewangan mengizinkan. Ia juga boleh mengetahui bilakah masanya, dan di manakah tempatnya (jika ia penjaja) yang perniagaannya maju; bila dan di mana pula perniagaannya tidak maju. Dengan menyimpan kira-kira, ia dapat merancang perniagaannya untuk masa depan. Dan apabila perniagaannya sudah membesar, tabiat menyimpan kira-kira ini sudah pun ada dan soal memulakan satu tabiat yang baru tidak akan timbul.

Kira-kira yang mesti disimpan tidak susah, asalkan ditulis di tempat yang tertentu. Apa yang mustahak ialah peniaga dapat tahu berapa yang keluar dalam sehari dan berapa yang masuk. Untuk menulis butir-butir ini ada cara atau sistem tertentu yang boleh dipelajari dalam masa yang singkat saja. Tetapi sama ada kira-kira ini dibuat secara bersistem atau tidak, bagi perniagaan yang kecil sudahlah mencukupi jika wang keluar masuk dicatat di dalam sebuah buku kecil iaitu buku kira-kira wang tunai (cash book). Bagi contoh Buku Wang Tunai ini sila lihat Jadual 1.

Apa yang merunsingkan, apabila kira-kira dicatat, kerap kali didapati keuntungan tidak sebesar yang dijangka. Banyak peniaga tidak ingin tahu yang keuntungannya tidak begitu besar atau sebenarnya tidak untung sama sekali. Ini adalah satu sikap yang merbahaya. Oleh kerana tidak tahu maka mereka tidak dapat memperbetulkan perniagaan itu sebelum terjadi kerugian yang tidak akan dapat diatasi lagi.

Tetapi kira-kira masuk keluar sahaja tidak bermakna jika modal permulaan memulakan perniagaan dan baki barang yang tinggal tidak diketahui. Dari itu semua perbelanjaan memulakan perniagaan mestilah dicatat dalam ruangan yang tetap. Tiap-tiap satu yang dibelanjakan mestilah dicatat pada waktu atau sekurang-kurangnya pada hari perbelanjaan itu dibuat. Dengan cara ini modal sebenar dapat ditentukan. Pengetahuan ini mustahak kerana dalam perniagaan setiap pengeluaran modal mesti mendatangkan keuntungan. Keuntungan yang dimaksudkan ialah selepas semua perbelanjaan ditolak, termasuk peruntukan (elaun atau gaji) kepada peniaga sendiri yang sepatutnya dihitung seperti elaun tertentu. Keuntungan ini tidak akan tercapai sehingga dua tiga tahun

selepas perniagaan dimulakan. Sebab itu catatan perbelanjaan amatlah perlu.

Bagi perniagaan yang agak besar sedikit, catatan kiraan modal mustahak untuk kira-kira cukai pendapatan. Juga kira-kira modal mustahak bila peniaga ingin menerima modal tambahan dari pihak lain, atau untuk mendapat pinjaman dari bank, atau menjual sebahagian dari perniagaannya. Akhir sekali kalau peniaga ingin menjualkan semua perniagaannya, kira-kira modal sangatlah mustahak.

Selain daripada kira-kira modal, kira-kira yang patut disimpan ialah pembelian barang-barang dan lain-lain belanja, kecil atau besar; penjualan hari-hari dan hutang-piutang yang terlibat dalam perniagaan. Semua mestilah dicatat seberapa segera yang boleh. Ini bermakna tidak boleh lewat dari hari berlakunya perbelanjaan atau kemasukan wang itu. Ingatan tidak boleh diharap sama sekali dalam perkara ini.

Cara membuat kira-kira perniagaan patutlah mengikut cara-cara yang biasa. Tetapi kalau ini tidak diketahui, cara yang paling senang sekali ialah mencatat semua di dalam satu buku khas. Kalau perbelanjaan (wang keluar) boleh diasingkan daripada wang masuk, ini sudah cukup. Selain daripada itu yang mustahak dicatatkan ialah tarikh perkara-perkara itu berlaku.

Senarai di bawah ini menunjukkan perkara-perkara yang mesti dimasukkan dalam kira-kira sesebuah perniagaan. Senarai ini tidak lengkap kerana tujuannya ialah sebagai panduan saja.

#### *1. Kira-kira memulakan perniagaan*

1. Lesen
2. Tempat dan 'duit teh' atau pendahuluan
3. Kedai — harga membina atau membeli
4. Alat-alat dan perabot
5. Iklan
6. Modal untuk membeli barang-barang:

(Modal bagi tiap-tiap barang jualan mesti dicatat. Kalau barang ini mesti dibeli berkali-kali, satu ruangan khas mesti disediakan supaya dengan senang boleh diketahui berapa banyak digunakan tiap-tiap bulan atau tahun).

7. Belanja untuk pergi membeli dan membawa balik barang-barang.

8. Semua cukai yang dibayar

2. *Kira-kira sepanjang masa berniaga*

1. Penjualan tiap-tiap hari

2. Pembelian barang-barang (tiap-tiap kali berlaku)

3. Elaun bagi diri sendiri (tetap pada tiap-tiap hari dan tidak ditambah melainkan kemajuan mengizinkan)

4. Kenderaan (untuk diri atau barang-barang)

3. *Kira-kira tiap-tiap bulan*

1. Jumlah penjualan tiap-tiap bulan

2. Jumlah perbekalan tiap-tiap bulan

3. Air, elektrik, lampu dan api (untuk masakan)

4. Gaji pekerja, K.W.S.P dll.

4. *Kira-kira tiap tahun*

Selain daripada jumlah semua perbelanjaan dan perolehan, kiraan barang jualan yang tinggal dan harganya (stock taking) mesti dibuat tiap-tiap tahun. Susutan harga kerana lapuk dan lain-lain sebab mesti dimasukkan dalam kira-kira. Kadang-kadang ada barang yang terpaksa dimansuhkan saja (write-off) iaitu ditaksir sebagai tidak berharga sama sekali.

Kiraan barang jualan yang tinggal (closing stock) ini berguna bukan saja untuk mengetahui kedudukan bekalan, tetapi juga untuk memperingati diri berkenaan dengan barang-barang yang tidak maju, yang mungkin peniaga telah lupa akan adanya barang-barang ini. Juga kiraan ini dapat memandu kita untuk menetapkan jenis barang yang patut dihentikan dan apa barang baru yang patut dimasukkan dalam perniagaan tahun akan datang. Ada kemungkinan juga setengah daripada barang-barang boleh "dilelong" atau dijual dengan harga yang murah.

Tugas membuat kira-kira barang yang tinggal ini tidak susah jika barang-barang dalam kedai diatur dengan tertib. Peniaga yang menjadikan semakan stok "stock checking" sebagai satu amalan akan sentiasa menjaga supaya kedainya teratur. Kedai yang teratur menarik lebih banyak pembeli datang.

Akhir sekali tiap-tiap peniaga mestilah mempunyai senarai harta yang ada di kedai seperti kerusi meja, mesin taip, penimbang dan lain-lain. Senarai ini mestilah dibaharui tiap-tiap kali berlaku pertukaran harta sama ada ditambah, rosak, dijual atau lapuk.

Jadual 1. CONTOH KIRA-KIRA BUKU WANG TUNAI

Wang Masuk			Wang Keluar		
Haribulan	Terima daripada	\$   ¢	Haribulan	Bayaran kepada	\$   ¢
Januari 1	Jualan tunai	75 00	Januari 1	Sewa Kedai	120 00
Januari 2	" "	78 00	Januari 5	Api dan Air	27 00
Januari 3	" "	82 00	Januari 7	Ho & Co (Barang)	36 00
Januari 4	" "	14 00	Januari 10	Sewa Lori	19 00
Januari 6	" "	37 00	Januari 11	Iklan	15 00
Januari 7	" "	43 00	Januari 13	Insuran Kedai	12 00
Januari 8	" "	71 00	Januari 14	Layan Tetamu	1 50
Januari 9	" "	52 00	Januari 15	Tat & Co. (Barang)	103 00
Januari 10	" "	51 00	Januari 15	Lin & Co. (Barang)	23 00
Januari 11	" "	71 00	Januari 15	Alatulis	5 00
Januari 13	" "	33 00	Januari 17	Ho & Co. (Barang)	115 00
Januari 14	" "	42 00	Januari 18	Ho & Co. (Barang)	73 00
Januari 15	" "	20 00	Januari 19	Lin & Ho (Barang)	192 00
Januari 16	" "	39 00	Januari 20	Tat & Co. (Barang)	235 00
Januari 17	" "	45 00			
Januari 18	" "	17 00			
Januari 20	" "	57 00			
Januari 21	" "	63 00			
Januari 22	" "	67 00			
Januari 23	" "	66 00			
Januari 24	" "	31 00			
Januari 25	" "	35 00			
Januari 27	" "	49 00			
Januari 28	" "	43 00			

Januari 29	"	"	60 00			
Januari 30	"	"	61 00			
Januari 31	"	"	70 00	Januari 31	Elau Peniaga	100 00
					Jumlah Belanja	1,343 00
					Baki di tangan	28 00
			<u>1,572 00</u>			<u>1,372 00</u>

Februari 1 Baki dibawa  
ke hadapan 28 00

Perhatian: Buku wang tunai ini disimpan sepanjang masa dan  
dijumlahkan pada tiap-tiap bulan

Jadual 2: CONTOH KIRA-KIRA PERMULAAN PERNIAGAAN

	\$	¢
1. Lesen	15.00	
2. Duit Teh untuk tempat	500.00	
3. Kedai – disewa sebulan (Jan. 1973)	70.00	
4. Alat-alat Set Perabot	450.00	
5. Iklan	50.00	
6. Modal untuk barang-barang mengikut senarai yang disediakan	500.00	
7. Belanja tambang-menambang	70.00	
8. Cukai – tidak ada	—	
Jumlah modal permulaan	<u>1,655.00</u>	

Kira-kira modal perniagaan yang dimulakan pada  
1 haribulan Januari 1973. Persediaan dibuat pada hujung  
tahun 1972. Catatan yang perlu dibuat ialah seperti ber-  
ikut:

## Bank Dan Pinjaman

Tiap-tiap perniagaan, pada satu masa, akan terlibat dalam soal pinjam meminjam. Kadang-kadang awal-awal lagi modal telah dipinjam untuk memulakan perniagaan. Kadang-kadang modal sendiri cukup tetapi pelanggan atau pembeli pula yang berhutang.

Perniagaan bermakna menggunakan wang untuk mencari wang. Berapa banyak wang (keuntungan) yang didapati daripada wang (modal) bergantung kepada sejauh manakah perniaga faham tentang masalah wang dan kewangan.

Berhubung dengan wang ini baiklah kita melihat contoh yang telah berlaku. Seorang peniaga yang kurang faham tentang kegunaan wang ingin menceburkan diri dalam perniagaan. Dalam akaun semasanya (current account) ia mempunyai sebanyak \$2,000. Sedangkan perniagaan yang hendak dijalankan itu memerlukan modal sebanyak \$5,000. Maka ia pun menghubungi saya untuk menolongnya mendapatkan pinjaman \$5,000 dari bank. Katanya, ia tidak mahu mengeluarkan wang simpanannya yang \$2,000 itu.

Akibatnya pinjaman dari bank menyebabkan ia terpaksa menanggung faedah sebanyak 9.6% setahun. Sebaliknya wang yang disimpan dalam akaun semasa tidak mendatangkan keuntungan sama sekali. Jadi perniagaannya menanggung beban faedah hampir \$500 dari pinjaman \$5,000 itu.

Sekiranya ia menggunakan wangnya sendiri, dan berhutang cuma \$3,000 saja, maka perniagaannya terlepas dari



\$200 faedah setahun. Orang yang memikirkan \$200 adalah beban yang ringan sudah tentu tidak faham tentang perniagaan.

Peniaga yang baru ini ingin berhutang kerana ia berpendapat dengan menggunakan modal pinjaman, keuntungan akan tercapai dengan tidak bermodal sama sekali. Sungguhpun anggapan ini salah, tetapi inilah anggapan umum kebanyakan orang Melayu yang tidak berpengalaman.

Perlulah diingat, wang yang dipinjam mesti dibayar. Bukan itu saja, faedahnya juga mesti dibayar. Kalau untung cuma sedikit, boleh jadi hutang dan faedah tak dapat dibayar dalam tempoh yang ditetapkan. Sekiranya pinjaman atau hutang banyak, maka keuntungan akan merosot selepas membayar hutang. Kalau untung sedikit, semua keuntungan akan lesap selepas membayar hutang. Kalau rugi, peminjam (creditor) tidak menunggu hingga semua habis, tetapi akan pra tutup (foreclose) dan menjadikan peminjam bankrap dengan secepat mungkin.

Contoh ini mengajar kita supaya lebih baik membuat perniagaan kecil dengan modal sendiri daripada perniagaan yang besar tetapi modal dihutang sehingga peniaga bekerja untuk bank jika tidak untuk melepaskan diri dari menjadi bankrap.

Di samping itu ada masanya peniaga terpaksa memberi hutang kepada pelanggan atau pembeli. Dalam perkara ini kadangkala peniaga terlupa bahawa hutang akhirnya mesti dibayar dan hutang ada faedahnya.

Kalau seorang menjalankan perniagaan dengan modal yang dipinjam, tetapi ia memberi hutang pada pembelinya, maka patutlah diingat bahawa hutang yang diberi olehnya itu tidak ada faedah. Sebab itu ia tentulah rugi sebanyak faedah yang dibayarnya kepada bank. Oleh yang demikian jualan secara hutang patutlah dengan harga yang lebih tinggi dari jualan tunai. Barang yang dijual secara hutang bermakna bukan sahaja modal terikat tetapi faedahnya mengurangkan keuntungan.

Oleh sebab ini biasanya jualan tunai lebih murah daripada jualan hutang. Harga jualan tunai sebuah radio umpamanya, jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga jualan secara bayaran beransur (hire-purchase). Sebab itu orang yang

menjual radio tidak ragu-ragu menggunakan modal yang dipinjam. Sebaliknya orang yang menjual barang-barang runcit tidak senang hati dengan hutang. Barang-barang runcit biasanya dijual dengan harga yang sama, tunai atau hutang.

Ada pula barang-barang dijual oleh pembahagi atau ejen dengan cara kredit, iaitu barang dibekalkan tetapi bayaran ditangguh hingga tiga bulan kemudian. Ini samalah juga dengan ejen memberi hutang tidak berfaedah selama tiga bulan. Kalau barang yang dibekalkan ini dapat dijual dalam masa tiga bulan, ini bermakna peniaga berniaga dengan tidak ada modal sendiri. Tetapi kalau peniaga pula memberikan hutang hingga tiga bulan, maka keuntungan dari kredit tiga bulan itu terdapat kepada pelanggan, bukan kepada peniaga.

Pinjaman dari bank atau mana-mana badan peminjam wang boleh dibuat dengan beberapa cara tertentu. Ada hutang jangka pendek (short term), ada yang jangka panjang (long term). Ada pula hutang secara overdraft. Bagi peniaga kecil, perbezaan-perbezaan cara-cara pinjaman bank itu patutlah diketahui. Meminjam wang dengan tidak mengerti selok-beloknya akan menyebabkan kerugian yang sia-sia.

Hutang atau pinjaman jangka pendek dikenakan faedah yang biasanya lebih tinggi dari hutang jangka panjang. Sungguhpun hutang boleh dibayar dengan sekaligus apabila genap tempohnya, tetapi kebanyakannya dibayar dengan cara ansuran.

Pinjaman jangka panjang, seperti pinjaman membeli rumah, biasanya dikenakan faedah 7.6% setahun. Faedah untuk pinjaman jangka pendek ialah 9%, dan bagi overdraft yang ada cagaran 9.6% atau lebih. (Sekarang sejak 1981 semua faedah sudah naik lebih tinggi).

Apakah bezanya pinjaman-pinjaman ini dari segi perniagaan?

Untuk memahami dengan lebih jelas, cloklah kita mengambil suatu contoh. Seorang peniaga memerlukan pinjaman \$5,000. Kalau pinjaman ini diambil dalam jangka panjang dan dibayar balik secara ansuran selama 10 tahun, faedahnya 7.6% setahun. Jadi faedahnya berjumlah \$3,800. Ertinya pinjaman \$5,000 dibayar balik \$8,800 dalam masa 10 tahun.

Kalau hutang ini jangka pendek dan mesti dibayar dalam dua tahun dan faedahnya 9%. Maka jumlah faedahnya \$900.

Ertinya pinjaman \$5,000 mestilah dibayar balik \$5,900 apabila genap dua tahun. Mengikut peraturan Syarikat Kewangan, hutang \$5,000 boleh dibayar dengan ansuran \$245.84 sebulan selama dua tahun, iaitu \$5,900 dibahagi dengan 24 bulan.

Sebaliknya kalau hutang ini ialah overdraf dan dibayar dengan ansuran \$245.84 juga sebulan, maka jumlah faedah yang dikenakan kalau faedah 9.6% (untuk lebih senang kira-kira jadikan ini 10%) ialah \$498.00 (dalam masa 23 bulan). Jumlah faedahnya kurang, sebab dalam pinjaman overdraf kiraan faedahnya dibuat tiap-tiap bulan. Tiap-tiap bulan hutang kurang sebanyak \$245.84 dan faedah juga jadi kurang. Bulan pertama hutangnya \$5,000, faedah satu bulan (10% setahun atau  $\frac{10}{12}$  % sebulan) ialah \$41.66. Jumlah hutang pada hujung bulan ialah \$5,041.66. Bayaran balik \$245.84. Tinggal baki \$4,795.82. Bulan kedua kiraan begitu juga dan seterusnya sehingga selesai dalam 23 bulan.

Overdraf biasanya diberikan antara 60% – 70% daripada nilai cagaran. Kadang-kadang kalau bank tahu bahawa peniaga adalah orang yang beramanah dan tidak pernah mengeluarkan cek yang tidak ada wang cukup, dan juga perniagaannya sihat, overdraf diberikan dengan tidak perlu cagaran. Kekal atau tidak overdraf bersih (clean overdraft) adalah bergantung kepada kejujuran peniaga.

Penggunaan wang pinjaman untuk perniagaan dianggap oleh setengah peniaga sebagai cari "untung atas angin". Ini tidak benar kerana dengan menggunakan wang pinjaman lebih mudah rugi dari untung. Umpamanya seorang peniaga ingin membeli saham MARA dengan wang pinjaman. Pinjaman ini dibuat di bank dengan faedah 10%, dan ia meminjam \$5,000. Oleh kerana saham-saham yang dibeli oleh Amanah Saham MARA (ASM) ialah dari perusahaan besar yang jarang menunjukkan keuntungan lebih daripada 12%, maka ASM tidak dapat membayar keuntungan yang lebih daripada 10% (2% guna urusan ASM). Ini bermakna saham berharga \$5,000 memberi keuntungan \$500 setahun. Tetapi pemegang saham terpaksa membayar faedah bank \$500 juga. Jadi tidaklah ada satu sen pun keuntungan. Juga hutang pokok sebanyak \$5,000 mesti dibayar dalam jangka masa yang ditetapkan. Jadi peniaga mestilah mencari wang ini dari sumber yang lain.

Keuntungan yang banyak dari pembelian saham ASM datang dari kenaikan harga saham. Jika pasaran saham baik, saham yang bernilai \$5,000 boleh naik menjadi \$5,500. Keuntungan ini adalah keuntungan kira-kira sahaja. Mungkin juga nilai saham turun dari \$5,000. Kesan naik turun nilai saham cuma dirasakan jika pemegang saham menjualkan saham.

Kesimpulannya: hutang-piutang tidak dapat dielak dalam perniagaan. Bagi yang faham kegunaan wang dan cara-cara meminjamnya, hutang boleh menolong perniagaan. Bagi orang yang berharap mencari "untung atas angin" dengan menggunakan 100% modal pinjaman; jalan ke arah bankrap adalah dekat dan cepat.

Mendapat pinjaman dari bank tidak mudah walaupun ada cagaran. Bank tidak seperti ceti. Bagi ceti harta yang dicagar berlipat ganda tinggi harganya daripada hutang yang diberi. Ceti ingin mendapat harta yang dicagar, sebab itu jika peminjam tidak membayar tidak mengapa. Harta yang berkali ganda lebih dari hutang menjadi miliknya. Bagi bank, biasanya harta yang dicagar kadang-kadang 65% daripada hutang yang diberi. Ini bermakna kalau hutang tidak dibayar, faedah sebanyak 10% setahun akan menjadi 40% dalam empat tahun, iaitu jumlah hutang sudah meningkat kepada harga penuh harga cagaran.

Kalau bank ingin mencari keuntungan dari harta yang dicagar ia berkehendakkan kerja yang banyak. Kalau sawah yang dicagar berada di tempat yang terpencil, maka kerja mengelola, usaha menanam ataupun mengumpul sewa memerlukan usaha yang memakan lebih banyak belanja dan masa daripada pendapatan yang boleh didapati oleh bank. Oleh sebab itulah bank tidak ingin memiliki harta yang dicagar, tetapi berkehendakkan supaya pinjaman dibayar dalam tempoh yang dijanjikan.

Supaya hutang boleh dibayar oleh peminjam, maka bank mestilah tahu sedikit sebanyak berkenaan dengan rancangan perniagaan yang peniaga itu hendak jalankan. Bank mesti tahu bolehkah perniagaan yang dicadangkan itu memberi keuntungan yang membolehkan peminjam membayar balik hutangnya dalam tempoh yang ditentukan. Kalau pihak bank berpendapat bahawa perniagaan yang dirancang

kan tidak boleh maju, walaupun ada cagaran, pihak bank tidak akan memberikan pinjaman.

Oleh yang demikian peniaga mestilah bersedia dengan rancangan perniagaannya sebelum mencari pinjaman dari bank. Rancangan ini mesti menunjukkan semua perbelanjaan yang mesti ditanggung, cara-cara perniagaan itu akan dijalankan, anggaran pendapatan kasar dan cara-cara hendak membayar balik pinjaman. Kalau rancangan ini tertib dan menasabah, pihak bank akan memberikan pinjaman. Kalau tidak, walaupun ada cagaran yang baik, bank enggan memberikan pinjaman. Sekali lagi patut diingat bahawa bank tidak seperti ceti, tidak ingin memiliki harta yang dicagar, kerana mentadbir harta seperti tanah bukan saja tidak boleh mendatangkan keuntungan yang baik, tetapi juga susah, memakan masa dan berkehendakkan banyak pegawai.

Kebanyakan peniaga Melayu faham tentang sistem bank. Oleh kerana buku ini ditujukan juga kepada orang-orang yang belum pernah berniaga dan peniaga-peniaga kecil yang mungkin tidak pernah menggunakan bank, maka di bawah ini dicatatkan tafsiran perkataan-perkataan dan cara-cara bank.

#### *Akaun Semasa (Current Account)*

Simpanan biasa di dalam bank yang tidak membayar faedah kepada penyimpan. Kalau wang simpanan terlalu kecil bank boleh mengenakan bayaran \$10 pada 6 bulan atau lebih, sebagai upahnya menyimpan kira-kira.

#### *Simpanan Tetap (Fixed Deposit)*

Simpanan tetap selama tiga bulan hingga ke bertahun-tahun dengan faedah yang tetap dibayar kepada penyimpan. Faedah biasanya  $3\frac{1}{2}\%$  bagi jangka masa yang pendek hingga 8% atau lebih bagi jangka masa yang panjang.

#### *Pinjaman Terjamin*

Pinjaman yang ada cagaran. Biasanya pinjaman diberi setakat 70% dari nilai pasaran harta yang dicagar. Bank tidak terpaksa memberi pinjaman walaupun ada cagaran. Kedudukan kewangan peminjam dan rancangan perniagaannya diselidik terlebih dahulu.

### *Overdraf Bersih (Clean Overdraft)*

Pinjaman yang tidak bercagar. Peniaga yang ada Akaun Semasa dengan bank, boleh menggunakan wang yang lebih daripada simpanannya sendiri kalau bank percaya kepadanya dan kedudukan kewangannya baik. Satu had ditentukan untuk seseorang mengikut pertimbangan bank. Faedah sebanyak 9% – 10% dikenakan untuk pinjaman seperti ini.

### *Overdraf Terjamin*

Penyimpan wang boleh meminta bank membenarkan ia menggunakan wang lebih daripada yang ada dalam Akaun Semasanya jika ia memberi cagaran harta. Bank boleh menghadkan overdraf ini kepada 60% – 70% daripada nilai harta cagaran. Peminjam boleh menggunakan sepenuh ataupun separuh sahaja daripada overdraf ini pada mana-mana masa. Kiraan faedah yang dikenakan pada tiap-tiap bulan dan faedah dikenakan cuma setakat wang yang digunakan.

### *Pinjaman*

Seperti overdraf, bank boleh memberikan pinjaman dengan tidak ada cagaran atau dengan ada cagaran. Kalau ada cagaran, pinjaman boleh diberi sebanyak 60% – 65% dari nilai pasaran harta yang dicagar. Pinjaman dikenakan faedah tetap sebanyak 10% – 12% kalau ada cagaran, dan lebih jika tidak ada cagaran. Faedah dikenakan kepada pinjaman sepenuhnya, sama ada wang yang dipinjamkan itu digunakan atau tidak. Kiraan faedah dibuat tiap-tiap tahun atau apabila pinjaman ditamatkan. Hutang seperti ini baik jika peniaga pasti ia akan menggunakan semua wang yang dipinjam. Hutang tidak bertambah kerana faedah tiap-tiap bulan ditambah kepada jumlah hutang (seperti overdraf) dan dikenakan faedah atasnya pula. Tetapi kalau peminjam membayar balik cara beransur, peminjam akan rugi kerana bayaran balik tidak mengurangkan faedah yang telah ditetapkan.

Faedah pinjaman \$10,000 secara pinjaman tetap dan secara overdraf.

Kalau pinjaman ini dibayar secara ansuran tiap-tiap bulan, faedah pinjaman tetap ialah \$1,000 setahun, iaitu bayaran ansuran dijadikan \$916.67 sen supaya genap 12

bulan berjumlah \$11,000. Sebaliknya kalau overdraf dibayar dengan ansuran \$916.67 sebulan, faedah bagi wang yang telah dibayar ini tidak dikenakan pada bulan hadapan, dan dikurangkan lagi kerana bayaran bulanan mengurangkan jumlah asal. Tetapi faedah sebulan dijumlah kepada hutang yang baki. Jadual di bawah menunjukkan berapa banyak faedah dikurangkan dari hutang \$10,000 kerana menggunakan overdraf dan bukan pinjaman tetap.

Bulan	Bayaran (tolak)	Faedah (jumlah)	=	Baki Hutang <sup>+</sup>
Pertama	\$916.67	\$83.33		\$9,166.66
Kedua	916.67	76.39		8,326.38
Ketiga	916.67	69.39		7,479.10
Keempat	916.67	62.33		6,624.76
Kelima	916.67	55.21		5,763.30
Keenam	916.67	48.03		4,894.60
Ketujuh	916.67	40.79		4,018.72
Kelapan	916.67	33.49		3,135.59
Kesembilan	916.67	26.13		2,245.00
Kesepuluh	916.67	18.71		1,347.04
Kesebelas	916.67	12.25		442.62
Kedua Belas	442.62	<u>3.69</u>		000.62
Jumlah Faedah		\$529.74		

<sup>+</sup>Baki Hutang = Hutang yang ada, kurang bayaran bulanan dan jumlah faedah.

Daripada jadual di atas jelaslah jika bayaran balik boleh dibuat secara ansuran lebih baik digunakan overdraf. Faedah dari overdraf kurang \$470.26 jika dibandingkan dengan faedah pinjaman terus sekiranya faedah yang dikenakan sama peratusnya (19%). Faedah pinjaman terus untuk \$10,000 bagi satu tahun ialah \$1,000.

Angka-angka di bawah menunjukkan untung rugi pinjaman secara overdraf dan pinjaman terus:

Overdraf

Pinjaman \$10,000 faedah 10%

Overdraf digunakan sepenuhnya selama satu tahun (tidak bayar beransur), 10% faedah setahun =  $\frac{5}{6}$  % sebulan

Faedah bulan pertama	=	\$	88.33
Hutang bulan ke-2	=	\$10,083.33	
Faedah " "	=	\$	84.00
Hutang " ke-3	=	\$10,167.33	
Faedah " "	=	\$	84.73
Hutang " ke-4	=	\$10,252.06	
Faedah " "	=	\$	85.43
Hutang " ke-5	=	\$10,337.49	
Faedah " "	=	\$	86.15
Hutang " ke-6	=	\$10,423.69	
Faedah " "	=	\$	86.86
Hutang " ke-7	=	\$10,510.50	
Faedah " "	=	\$	87.59
Hutang " ke-8	=	\$10,598.00	
Faedah " "	=	\$	88.32
Hutang " ke-9	=	\$10,686.41	
Faedah " "	=	\$	89.05
Hutang " ke-10	=	\$10,775.46	
Faedah " "	=	\$	89.80
Hutang " ke-11	=	\$10,865.26	
Faedah " "	=	\$	90.59
Hutang " ke-12	=	\$10,955.80	
Faedah " "	=	\$	91.30
Jumlah Faedah 1 tahun	=	\$	1,047.15



Faedah	.. ..	= \$ 84.00
Hutang	.. ke-3	= \$10,167.33
Faedah	.. ..	= \$ 84.73
Hutang	.. ke-4	= \$10,252.06
Faedah	.. ..	= \$ 85.43
Hutang	.. ke-5	= \$10,337.49
Faedah	.. ..	= \$ 86.15
Hutang	.. ke-6	= \$10,423.69
Faedah	.. ..	= \$ 86.86
Hutang	.. ke-7	= \$10,510.50
Faedah	.. ..	= \$ 87.59
Hutang	.. ke-8	= \$10,598.00
Faedah	.. ..	= \$ 88.32
Hutang	.. ke-9	= \$10,686.41
Faedah	.. ..	= \$ 89.05
Hutang	.. ke-10	= \$10,775.46
Faedah	.. ..	= \$ 89.80
Hutang	.. ke-11	= \$10,865.26
Faedah	.. ..	= \$ 90.59
Hutang	.. ke-12	= \$10,955.80
Faedah	.. ..	= \$ 91.30
Jumlah Faedah 1 tahun		= \$ 1,047.15

Faedah bagi pinjaman terus ialah \$1,000.00 setahun. Ertinya peminjam untung \$47.15 kalau menggunakan pinjaman terus, bukan overdraf.

Angka ini tidak begitu besar tetapi bagi orang yang berhutang berjuta-juta ringgit angka ini dipandang berat. \$47.15 bagi \$10,000 menjadi \$4,715.00 bagi satu juta.

## Iklan Dan Publisiti

Teh Ceylon (Sri Lanka) semuanya lebih kurang sama rasanya kalau kualitinya sama. Tetapi ada sejenis teh Ceylon yang lebih terkenal daripada yang lain. Teh ini lebih terkenal kerana ia merupakan teh Ceylon yang lebih banyak mengadakan publisiti. Oleh sebab publisiti pada masa sebelum Perang Dunia Kedua, teh cap ini lebih banyak diminum daripada teh yang lain. Sekarang syarikat teh yang lain juga membelanjakan banyak wang untuk publisiti, sehingga teh jenis lain juga sama terkenal atau lebih terkenal daripada teh yang dahulu begitu popular.

Publisiti memakan belanja. Oleh kerana itu setelah ditolak belanja publisiti, dalam hitungan peratusnya dan kiraan Sebenar, keuntungan akan kurang. Tetapi publisiti akan menambahkan penjualan barang. Sebab itu, sungguhpun bahagian atau peratus keuntungan turun kerana belanja publisiti atau iklan, pada akhirnya iklan akan menambahkan pendapatan sebenar kerana jualan lebih meningkat.

Semua jenis pemiagaan berkehendakkan iklan dan publisiti. Penjual kuih memekik menjaja kuihnya. Penjual aiskrim menggoncang loceng. Pekedai kecil mencatatkan nama tuan punya kedai di papan iklan di depan kedainya. Akhirnya perusahaan-perusahaan besar menunjukkan gambar di tv dan di panggung-panggung wayang. Semakin besar perniagaan, sebenar, keuntungan akan kurang. Tetapi publisiti akan me-

Biasanya peniaga-peniaga Melayu tidak suka mengeluarkan

kan belanja untuk iklan. Jika dapat, iklan tidak diadakan sama sekali. Mungkin ini disebabkan oleh perasaan malu kerana mencari makan melalui perniagaan. Mungkin oleh kerana memikirkan iklan itu hanya membazir. Mungkin juga mereka merasa sudah cukup terkenal dengan tidak payah membuat iklan atau publisiti.

Walau apa pun sebabnya, yang kita tahu kedai-kedai Melayu jarang sekali membuat iklan yang menarik. Kerap-kali iklan dibuat dan ditulis sendiri. Iklan-iklan ini tidak memperlihatkan sifat-sifat profesional. Tulisannya kecil, tidak cantik dan warna yang digunakan tidak menarik. Iklan-iklan seperti ini tidak akan menambahkan penjualan dan benarlah kalau dianggap membazir saja.

Kalau kita perhatikan perniagaan-perniagaan yang maju, hampir semuanya mengadakan iklan yang cantik, menarik, dan mahal. Separuh daripada iklan kedai-kedai kain di Alor Setar umpamanya, sudah tentu menelan belanja yang banyak, belanja yang mungkin cukup untuk mengadakan sebuah kedai lagi. Bukan saja iklan-iklan yang mahal ini dibuat, tetapi belum pun iklan ini buruk, diganti pula dengan iklan yang baru. Kedai-kedai kain ini dibanjiri oleh manusia setiap masa.

Kita boleh mengatakan kalau tidak ada iklan yang mahal pun orang akan membanjiri juga kedai-kedai ini. Tetapi mustahil tuan-tuan punya kedai ini begitu bodoh, membazirkan keuntungan untuk membuat iklan yang tidak mendatangkan faedah.

Sebenarnya iklan-iklan ini, terutama pada waktu malam, begitu menarik sehingga bilangan pembeli bertambah seolah-olah mengikut bilangan lampu dalam iklan itu — lebih banyak lampu lebih banyaklah pembeli.

Jelaslah bahawa iklan dan publisiti akan menolong memajukan perniagaan dan menambahkan keuntungan. Jadi berapa banyakkah daripada modal dan perbelanjaan harian yang mesti dikhaskan untuk iklan? Jawabnya ialah lebih daripada yang biasa dibelanjakan oleh peniaga-peniaga Melayu. Hampir semua perniagaan Melayu yang ada, dari penjualan sate hingga kepada pembina bangunan, berkehendakkan lebih banyak publisiti dan iklan.

Ukuran yang sehabis mudah sekali untuk satu-satu per-



Iklan ini lebih besar daripada kedai!

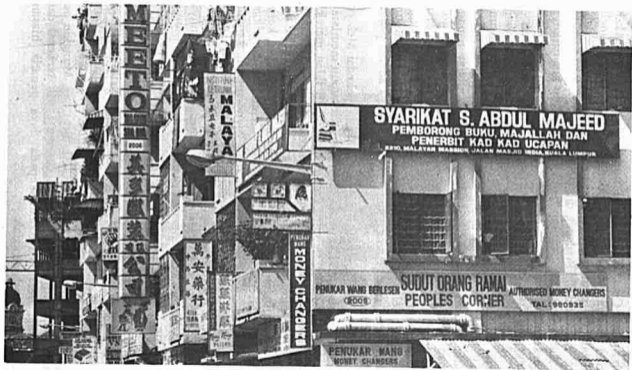
niagaan ialah membandingkan dengan perniagaan yang sama oleh orang Cina. Kalau kedai runcit Cina membelanjakan sekian banyak untuk mengiklannya, maka kedai runcit Melayu juga patut membelanjakan wang yang sama jumlahnya. Kalau ini tidak dapat dibuat, maka perniagaan Melayu itu sudah tentu tidak cukup modalnya, oleh itu ada baiknya diperkecilkan perniagaan itu supaya boleh memperuntukan wang yang cukup bagi iklan yang sesuai dengan perniagaan.

Pada masa sekarang kerja membuat iklan merupakan kerja profesional dan istimewa. Orang-orang yang membuat kerja ini adalah orang-orang yang ahli atau pakar belaka. Selain daripada kedai-kedai yang membuat papan-papan iklan yang terdapat dalam hampir semua bandar, ada pula syarikat pengiklanan (advertising company) yang besar dan mempunyai cawangan di seluruh negara, dan kadangkadang di seluruh dunia. Walau kecil atau besar sekalipun syarikatnya, orang-orang yang menjalankannya adalah pakar dalam bidangnya.

Untuk mengurangkan belanja, pekedai-pekedai Melayu kerap kali cuba melukis papan iklan sendiri ataupun membuat rancangan publisiti sendiri. Ini menyebabkan iklan mereka tidak bermutu tinggi dan tidak menarik, terutama kalau di kedai sebelahnya terdapat iklan yang dibuat oleh pakar iklan.

Kalau ingin mendapat hasil yang baik dari iklan, kerja melukis iklan atau membuat publisiti hendaklah diberikan kepada pakar iklan. Pekedai boleh menerangkan kepada pakar iklan tentang kadar perbelanjaan untuk iklan. Tetapi nasihat pakar hendaklah ditimbang; terutama tentang rupa-bentuk dan warnanya. Kalau pekedai menghadkan iklannya kepada dua warna, umpamanya, hijau dan putih, hasilnya mungkin lukisan yang tidak menarik. Kalau nasihat pakar diturut, warna-warna yang lebih menarik akan digunakan dan iklan dapat menarik perhatian serta menambahkan pelanggan.

Selain daripada iklan yang terang dan menarik, kedai juga mesti dihiasi secara yang sesuai dengan perniagaan yang maju. Biasanya pada permulaan kedai dicat elok-elok, tetapi apabila cat sudah lapuk, kedai tidak dicat lagi. Mungkin pekedai berpendapat yang perniagaannya sudah terkenal dan tidak lagi berkehendakkan kepada daya penarik hiasan. Anggapan ini adalah salah.



Tuan punya kedai berlumba-lumba mengiklankan perniagaan masing-masing...



Iklan Kedai Kereta: Mudah dan Jelas.

Pekedai yang bergantung kepada pelanggan yang lama saja akan beransur merosot perniagaannya. Perniagaan tidak boleh bertambah walaupun pelanggan biasa taat setia, kerana bilangan mereka tentu beransur kurang kerana sebab-sebab tertentu. Oleh sebab itu pekedai mestilah berusaha terus-menerus untuk menarik pelanggan baru. Kalau pada mulanya ia menghiaskan kedainya untuk menarik pelanggan, maka untuk menarik pelanggan yang baru, kedainya mestilah dihiasi dan dihiasi lagi. Kedai yang rupanya buruk kerap kali dianggap oleh orang ramai tidak maju. Dan kedai yang dianggap tidak maju tidak diingini oleh pelanggan.

Perkara ini jelas kalau kita perhatikan tindakan yang biasa dibuat oleh peniaga yang baru membeli perniagaan lama. Langkah pertama yang dibuat ialah menghias semula kedai itu dan memperbaharui papan-papan iklan. Tujuannya ialah supaya kedai itu dapat menarik pelanggan. Kalau tauke baru terpaksa berbuat demikian, tentulah tuan punya kedai yang sudah lama pun mustahaklah mengambil tindakan yang sama jika mahu perniagaannya maju.

Hiasan bukan saja terhad kepada cat berwarna di bahagian hadapan kedai, tetapi juga termasuklah cara mengatur barang-barang dagangan. Mustahaklah diingat, cara menghias, mengatur dan mempamerkan barang-barang berubah dari semasa ke semasa. Cara yang sesuai untuk dua puluh tahun dahulu mungkin tidak sesuai dengan cara zaman sekarang. Jika pekedai tidak sedar tentang perubahan ini perniagaannya tentu akan merosot.

Undang-undang yang baru digubal oleh Kerajaan memaksa perubahan dalam cara menjual barang. Dahulu barang-barang dijual dengan harga yang tidak tetap. Pembeli boleh menawar dan penjual boleh menurunkan harga jika ia sanggup menerima keuntungan yang rendah sedikit. Kadang-kadang peniaga boleh membuat timbangan atau menyukat barang jualanannya supaya sungguhpun harga diturunkan, ia tidak juga akan rugi.

Sekarang pekedai-pekedai mesti menulis dengan terang harga barang-barangnya. Tawar-menawar tidak digalakkan. Dacing dan sukatan-sukatan lain yang boleh dimainkan oleh pekedai-pekedai diharamkan. Semua ini akan menolong



pekedai-pekedai yang tidak begitu mahir dan pintar dalam perniagaan.

Kedai-kedai runcit yang dahulu terpaksa menyukat bahan-bahan jualan dan menyimpan dalam fikiran harga seribu satu jenis barang jualan, sekarang boleh menimbang dan memasukkan bahan jualan dalam sarung plastik dan menulis harga yang tetap di sarung plastik itu. Pembeli tidak payah lagi bertanya dan bertawar. Jika pembeli berasa ragu-ragu tentang sukatan atau timbangannya, ia boleh menimbang semula dengan penimbang yang boleh dibaca terus.

Oleh sebab undang-undang ini, pekedai-pekedai bolehlah mengatur barang-barang jualan dengan lebih teratur. Bahan masakan boleh ditempatkan di satu sudut, makanan dalam tin di satu sudut, alat mencuci di satu tempat khas, barang-barang plastik di satu tempat dan seterusnya. Semua yang boleh disukat atau ditimbang dimasukkan dalam sarung plastik dan disediakan mengikut sukatan yang disukai pembeli. Dengan demikian keadaan tidak teratur seperti yang terdapat di kedai-kedai runcit tak patut berlaku lagi.

Keadaan teratur dan harga yang jelas akan memudahkan jual beli dan pelanggan tidak lagi akan merasa tertipu. Cara ini mulanya dijalankan di supermarket. Oleh kerana undang-undang baru, semakin banyak kedai-kedai di bandar-bandar mengamalkan cara ini. Tidak syak lagi, cara ini akan menjadi amalan kepada semua pekedai di seluruh negara.

Manusia memang mencari yang mudah. Ada peniaga-peniaga yang bemiaga dengan tidak bertempat, tidak beriklan dan tidak pula mempamerkan barang yang dijualnya. Ia juga dapat menjalankan perniagaan sekiranya barang-barang yang dijualnya sangat diperlukan oleh pelanggan-pelanggannya. Tetapi perniagaannya tidak boleh jadi besar.

Sebaliknya barang yang dipamerkan di merata-rata tempat dan disertakan dengan kempen iklan yang kuat akan dibeli orang walaupun pembelinya tidak begitu berkehendak kepada barang itu.

Pekedai-pekedai kecil tidak patut terus meringankan soal iklan dan publisiti. Tetapi tidaklah pula mustahak mereka mengadakan kempen iklan (advertising campaign) secara besar-besaran. Apa yang perlu ialah mengadakan iklan yang baik dan menarik dan menghias serta mengatur barang-

barang jualan supaya boleh menarik dan memudahkan pembeli-pembeli. Kalau ini dibuat perniagaan tetap akan lebih maju.

Layanan terhadap pembeli menjadi perkara terbesar dalam menjayakan perniagaan. Sungguhpun kadang-kadang pembeli sangat berkehendakkan sesuatu barang dan mereka akan membelinya sama ada dilayan baik atau tidak, tetapi oleh sebab sekarang ini barang-barang begitu makmur, maka pembeli-pembeli kerap kali tidak terpaksa membeli di satu tempat saja. Mereka boleh pergi ke beberapa kedai untuk membeli barang yang sama dengan harga yang sama.

Oleh sebab ini untuk melariskan jualan, layanan yang baik amatlah berkesan. Orang Melayu khasnya memberi penghargaan yang tinggi kepada layanan apabila mereka menjadi pembeli. Tetapi anehnya, apabila mereka menjadi penjual, kadang-kadang mereka tidak begitu menghargai layanan yang baik. Sikap ini mestilah diawasi oleh pekedai.

Layanan baik tidak sukar dilakukan. Kadang-kadang memadaikan dengan pekedai memandang kepada pembeli yang baru masuk kedai dengan muka yang tidak "masam". Ucapan selamat mungkin menjadi terlalu "beradat", tetapi kalau ini dibuat selalu maka tidak lagi menjadi ganjil. Bertanya tentang apa yang dikehendaki oleh pembeli sangat dihargai oleh pembeli. Tetapi kadang-kadang pembeli tidak suka diturut dan didesak oleh pekedai. Ia ingin merayau di dalam kedai untuk mencari apa-apa yang menarik keinginannya.

Perkara yang kemudian ini kerap berlaku dalam kedai buku dan kedai permainan kanak-kanak. Pembeli seperti ini susah dilayan kerana ia ingin bebas. Tetapi apabila saja ia tertarik dengan sesuatu ia mahu pekedai sedar yang ia sudah berjumpa apa yang diinginkan, dan pekedai mestilah datang cepat untuk mengurus penjualan.

Oleh sebab itu pekedai mestilah mengawasi gerak-geri pembeli dengan cermat supaya pembeli tidak sedar bahawa dia diawasi. Apabila saja pembeli memandang ke arahnya maka pekedai mestilah dengan pantas melayan pembeli.

Bahasa yang digunakan oleh pekedai mestilah bahasa yang tidak kasar. Ini mudah bagi tuan punya kedai sendiri tetapi tidak begitu mudah bagi pekerja yang bergaji. Pekerja tidak begitu mengambil berat tentang kemajuan perniagaan

dan layanan mereka selalunya tidak begitu memuaskan. Sikap ini salah kerana sama ada pekerja akan kekal dengan jawatannya atau akan mendapat sagu hati atau kenaikan gaji bergantung kepada kemajuan perniagaan majikannya. Perkara ini mestilah diterangkan kepada pekerja dan diingatkan kepadanya dari semasa ke semasa supaya sikapnya tidak merugikan perniagaan.

Dari perbincangan di atas kita boleh mengambil kesimpulan bahawa untuk memajukan perniagaan, peruntukan yang cukup mesti dibuat untuk iklan yang bermutu dan menarik. Papan iklan tidak boleh dibiarkan sampai lapuk. Peruntukan untuk publisiti mesti dimasukkan ke dalam anggaran belanja perniagaan apabila keadaan berkehendakkan kepada perbelanjaan ini.

Selain dari iklan, hiasan kedai mestilah menarik dan penyusunan barang mestilah memudahkan pembeli mencari barang yang dikehendaki. Menempatkan barang-barang jualan dengan tidak tentu arah akan menyekat kemajuan.

Akhirnya layanan terhadap pembeli mestilah memuaskan. Tuan punya kedai dan juga pekerja mestilah sedar bahawa pendapatan masing-masing bergantung kepada kemajuan perniagaan; dan kemajuan perniagaan pula bergantung kepada sikap mereka terhadap pembeli-pembeli. Layanan yang baik bermakna perniagaan maju dan berkekalan.

## Persaingan

Dalam bidang perniagaan, persaingan tidak dapat dielakkan. Persaingan memang baik untuk menjaga supaya harga barang tidak meningkat tanpa sebab dan layanan terhadap pembeli tidak menjadi buruk. Tetapi bagi peniaga-peniaga, terutama peniaga yang baru, persaingan mengancam kemajuan perniagaan dan boleh menekan diri mereka sehingga terpaksa menamatkan perusahaan.

Beberapa faktor memainkan peranan dalam menentukan hasil persaingan dalam perniagaan. Kesan faktor-faktor ini tidaklah sama bagi satu-satu perniagaan dan tidaklah boleh ditentukan faktor mana yang penting. Perkara ini terpaksa ditimbang oleh peniaga sendiri. Kita akan bincang faktor-faktor ini satu persatu.

### 1. Modal

Kesan persaingan ialah perniagaan tidak akan maju kalau harga dan keuntungan lebih daripada pihak lain; atau kalau harga murah, perniagaan laris, tetapi keuntungan menjadi kurang daripada keuntungan yang diperolehi tanpa bertanding. Sama ada maju atau tidak, hasil daripada persaingan dalam perniagaan tetaplah kurang daripada yang dijangka. Mungkin pula peniaga akan mengalami kerugian.

Bagi peniaga yang banyak modal, ia dapat bertahan dengan tidak begitu bergantung kepada keuntungan; ataupun ia menanam modal tambahan bagi jenis barang yang tidak

begitu terdesak oleh persaingan. Kalau modalnya cukup ia dapat meneruskan juga perniagaannya sehingga peniaga lain terpaksa menaikkan harga sehingga sama dengan harga yang ditetapkan.

## 2. Tempat

Memilih tempat yang sesuai tidaklah bermakna mencari tempat yang tidak ada jenis perniagaan yang sama. Tetapi untuk mengelakkan persaingan, cara yang baik ialah membuka jenis perniagaan yang tunggal pada tempat yang telah dipilih. Umpamanya, di sebuah kampung yang belum ada kedai runcit tentulah perniagaannya akan maju kalau dibuka kedai runcit. Tetapi kalau harganya mahal, pembeli-pembeli mungkin pergi ke kedai lain walaupun letaknya jauh. Ini bermakna perniagaan tunggal di satu tempat tidaklah menjamin kemajuan melainkan harga jualan disesuaikan dengan harga jualan kedai yang lain.

Di dalam sebuah bandar, menempatkan perniagaan menjadi perkara yang rumit. Kedai kain di satu jalan yang penuh dengan kedai makan sahaja tidak bermakna perniagaan kain akan maju. Di bandar biasanya perniagaan lebih maju kalau ditempatkan (dibuat kedai) di tempat yang jelas perniagaan itu biasa dibuat. Tetapi sebaliknya kalau perniagaan yang sama berada dekat-dekat, persaingan mestilah berlaku. Oleh kerana pembeli lebih suka membeli sejenis barang di jalan yang penuh dengan kedai yang sama jenisnya, adalah lebih baik bagi peniaga menghadapi persaingan daripada mengelakannya dengan mencari tempat yang terpencil.

Di zaman moden ini kompleks membeli-belah (shopping complex) makin bertambah. Kompleks beli-belah diasaskan kepada kesukaran meletak kereta dalam bandar-bandar. Pembeli lebih suka membeli semua barang pada satu tempat di mana ia dapat meletakkan keretanya dengan mudah. Mereka tidak suka membeli kain di satu jalan, membeli kasut di jalan lain dan minum kopi di tempat yang lain pula.

Oleh sebab itulah kompleks perniagaan mengatur supaya semua jenis perniagaan bukan sahaja dikumpul di dalam sebuah bangunan tetapi biasanya dihadkan supaya satu jenis perniagaan dijalankan oleh satu kedai sahaja. Persaingan di antara jiran pekedai tidak berlaku di dalam satu kompleks

beli-belah, tetapi persaingan antara satu kompleks dengan kompleks yang lain tetap berlaku. Walau bagaimanapun pembeli di kompleks membeli-belah terdiri daripada orang yang sekurang-kurangnya "kelas menengah atas" yang tidak begitu menghiraukan sangat akan harga yang lebih tinggi daripada harga tempat lain. Biasanya mereka tidak suka merayau dari satu kompleks ke satu kompleks semata-mata kerana mencari harga yang murah sedikit.

Dari itu teranglah bahawa tempat menentukan keadaan dan akibat persaingan secara yang berkesan. Memilih tempat menjadi satu tanggungjawab yang besar bagi seseorang peniaga. Kadang-kadang peniaga tidak dapat melarikan diri daripada persaingan, kerana tarikan dari segi tempat lebih mustahak daripada kesan persaingan. Kadang-kadang pula persaingan dielakkan dengan jalan mencari tempat yang terpencil.

### 3. Harga

Faktor harga dianggap penting dalam persaingan antara satu kedai dan kedai yang lain. Harga yang murah sudah tentu menarik lebih banyak pembeli. Tetapi ini tidak selalunya begitu. Faktor layanan, kenal lama, kredit boleh mematahkan kesan harga yang mahal sedikit.

Sekarang ini pihak kerajaan memaksa pekedai mencatat semua harga barang-barang. Peraturan ini memudahkan pekedai mengambil tahu tentang harga jualan oleh kedai lain dan menentukan harga jualan sendiri yang boleh menarik pelanggan. Secara langsung ini mengurangkan persaingan kerana pekedai tidak lagi teragak-agak untuk menentukan harga jualannya.

Pembeli bukan semestinya membeli barang yang lebih murah. Kalau kedai itu berhawa dingin dan lebih teratur dan dihias dengan baik pembeli sanggup membayar harga yang mahal sedikit. Kalau jualan secara kredit, harga boleh dinaikkan sedikit. Juga kalau pekedai menghantar barang ke rumah dengan percuma, harga yang tinggi hingga 10% tidak disoal oleh pembeli.

Walaupun bagaimanapun harga jualan berkesan dalam menentukan hasil persaingan. Panduan yang utama untuk menentukan harga jualan ialah harga jualan pekedai-pekedai lain. Bagi kedai yang sama dari segi hiasan dan yang pelanggannya

terdiri dari "kelas" yang sama, harga patutlah sama. Bagi kedai yang berhawa dingin dan lantainya berpermaidani, dan yang bergantung kepada pelanggan yang lebih berada, harga boleh dinaikkan.

Kadang-kadang, dalam menentukan harga jualan, didapati harga jualan di kedai lain terlalu murah hingga tidak boleh memberi keuntungan. Harga susu tepung umpamanya boleh jadi kurang dari harga borong. Punca harga jualan susu menjadi lebih murah daripada harga borong ialah oleh kerana barang ini terpaksa dibeli oleh semua orang. Pekedai berharap orang yang datang membeli susu akan membeli barang-barang lain yang boleh memberi keuntungan yang besar. Juga, belian borong oleh pekedai kerap kali ialah dengan kredit tiga bulan, tetapi jualan runcit ialah secara tunai. Ini bermakna pekedai boleh menggunakan wang jualan selama tiga bulan dengan tidak dikenakan faedah. Ini samalah juga berniaga dengan wang pinjaman yang tidak dikenakan faedah seperti yang dikenakan oleh bank. Tetapi bila genap masanya untuk membayar pekedai yang ingin mendapat layanan kredit mestilah bayar.

Kalau pekedai ingin menarik pembeli, barang-barang yang mesti digunakan (mustahak) dan laku jualannya hendaklah dijual dengan harga yang murah walaupun kadang-kadang tak dapat untung. Pembeli yang membeli barang-barang mustahak ini mungkin akan membeli barang-barang lain dan pekedai boleh mendapat untung dari jualan barang-barang lain ini. Jika pekedai tidak mahu menurunkan harga atau tidak mahu menjual barang ini kerana tidak mendapat untung, mungkin kedainya tidak mendapat pelanggan sama sekali.

#### 4. Layanan

Layanan terhadap pembeli menjadi faktor yang penting sekali dalam perniagaan. Tidaklah salah jika ditegaskan di sini bahawa layanan yang baik boleh mengatasi harga yang tidak begitu menarik. Perkara ini telah disebut dalam bahagian iklan dan hiasan. Di sini ditegaskan sekali lagi iaitu cuma perniagaan monopoli sahaja yang tidak bergantung kepada layanan. Jika persaingan berlaku, layanan menjadi faktor yang boleh menentukan sama ada persaingan boleh menewaskan atau tidak.

Bagi orang-orang Melayu persaingan kerap kali merupakan persaingan antara kaum. Orang Cina bukan sahaja mahir dan cekap dalam perniagaan tetapi mereka menguasai semua peringkat perniagaan, iaitu dari peringkat import-eksport sehingga ke peringkat pengedar, ejen, pemborong dan penjual runcit. Ini bermakna orang Melayu tidak boleh berniaga dengan tidak tertakluk kepada adat dan polisi perniagaan orang Cina.

Mungkin peniaga-peniaga Cina tidak bersifat perkauman dalam perniagaan, tetapi oleh kerana adat, cara dan bahasa perniagaan mereka tidak dapat difahami dengan mudah oleh peniaga-peniaga Melayu, persaingan antara peniaga Melayu dengan Cina kerap kali tidak menguntungkan peniaga Melayu. Perkara ini tidaklah dapat peniaga-peniaga sendiri mengubahnya. Tetapi bagi peniaga Melayu yang ingin mencari kejayaan, adalah mustahak memahami sedikit sebanyak cara-cara perniagaan orang Cina.

Tolong-menolong memang adat perniagaan Cina. Kadang-kadang peniaga yang tertindas kerana kekurangan wang atau lain-lain, diberi kredit oleh para pemborong. Perkara ini boleh dibuat kerana menjadi tanggungjawab orang yang ditolong membayar balik dengan segera semua bantuan, dan menolong lain-lain peniaga Cina bila kecemasan.

Umpamanya, apabila seseorang peniaga Cina kekurangan wang ia boleh mengeluarkan cek "post-dated" yang ditukarkan dengan wang tunai dari pekedai lain. Bila ini berlaku bukan sahaja yang menghutang tidak lokek tetapi ia membayar balik dengan faedah dalam jangka masa yang dijanjikan. Kalau ada seorang peniaga Cina yang tidak bertanggungjawab, semua peniaga-peniaga lain akan mendapat maklumat dengan pantas dan ia tidak akan dilayan lagi.

Ini adalah satu contoh. Banyak lagi adat-adat perniagaan Cina yang boleh menewaskan peniaga Melayu apabila bertanding dengan peniaga Cina. Dari itu adalah mustahak diperhatikan perniagaan orang Cina dengan teliti jika ingin melawan persaingan dari mereka.

Perkara yang tidak harus dibuat ialah mengasingkan perniagaan dari perniagaan yang dikuasai orang Cina. Jika semua nasihat berkenaan dengan cara berniaga diamalkan, kejayaan



akan lebih mudah dicapai kalau perniagaan ditempatkan di mana peniaga-peniaga Cina banyak dan berjaya.

Kerapkali dilihat perniagaan-perniagaan makanan dikumpul di satu tempat. Kalau ada orang Cina menjual makanan sebagai penjaja, kemajuan akan meningkat kalau mereka berkumpul di satu tempat. Orang Melayu yang ingin menjual makanan tidak boleh mengasingkan diri daripada penjaja-penjaja Cina ini. Sungguhpun persaingan akan berlaku bila berkumpul dengan penjaja Cina, daya penarik makanan, makanan yang dijual oleh penjaja Cina akan menambah pelanggan-pelanggan bagi penjaja Melayu.

Oleh sebab itu mengasingkan diri dari peniaga-peniaga Cina yang maju bukanlah caranya untuk mencari kejayaan. Walaupun belanja yang tinggi dikenakan untuk mendapat tempat yang telah dipopularkan oleh peniaga Cina, perbelanjaan ini tidak akan menjadi sia-sia. Tetapi peniaga hendaklah bersedia untuk bertanding dengan peniaga-peniaga lain ini. Modal, iklan, hiasan, bahan-bahan jualan dan layanan hendaklah sama banyak dan sama tinggi mutunya.

Persaingan ialah sebahagian daripada cara perniagaan. Ianya tidak dapat dielak. Peniaga yang menerima kenyataan ini dan bersedia untuk bertanding akan berjaya dalam usahanya. Dalam bidang perniagaan tidak ada tempat bagi orang yang tidak sanggup menghadapi persaingan.

## Penipuan

Dalam bidang perniagaan, penipuan menjadi satu masalah yang boleh menghalang atau menghancurkan terus usaha seorang yang baru menceburkan diri dalam perniagaan. Bahkan orang yang telah lama dan matang dalam perniagaan pun boleh terperangkap kerana penipuan. Oleh itu mustahaklah bagi sesiapa yang ingin berniaga memahami sedikit sebanyak tentang ranjau-ranjau yang akan dihadapi olehnya.

Salah satu jenis penipuan ialah cadangan atau pakatan untuk menjalankan perniagaan yang dijamin mendapat untung dan sama sekali tidak akan rugi. Yang mudah kena tipu ialah orang yang ada modal. Kadang-kadang perniagaan jenis ini sama sekali kononnya tidak memerlukan modal selain dari pemberian yang tertentu kepada pencadangnya. Kadang-kadang merupakan pembelian alat yang boleh menukarkan wang \$1.00 menjadi \$10.00. Dan penukaran itu boleh terjadi dengan serta-merta di hadapan mata kita.

Mungkin banyak orang akan ketawa dengan contoh-contoh ini. Tetapi ini bukanlah suatu rekaan. Banyak orang-orang berada dan berpelajaran yang sudah terkena. Cerita-cerita yang pernah kita baca dari surat khabar menjadi buktinya.

Oleh itu jika ada cadangan perniagaan yang mudah mendapat untung yang dibawa oleh orang yang baru kita kenali,

tindakan segera yang mesti dibuat ialah memutuskan hubungan dengan orang itu dengan serta-merta.

Kalau benar ia tahu cara yang mudah untuk mendapat untung, tentulah ia tidak akan memberitahu sesiapa. Ia sendiri akan menjalankan usaha itu dan menjadi kaya.

Sebenarnya tidak ada satu perniagaan pun yang boleh mendatangkan keuntungan dan kekayaan dengan mudah. Semua perniagaan susah, dan kekayaan hanya boleh dicapai melalui usaha yang bersungguh-sungguh, tekun dan tabah.

Kisah tiket loteri berikut ini adalah suatu contoh yang cukup baik. Seorang warga negara Thai telah menunjukkan sehelai tiket loteri kepada seorang tauke Cina. Nombor pada tiket itu sama dengan nombor tiket yang memenangi hadiah \$10,000. Katanya sebagai warganegara Thai ia tidak boleh mendapat wang hadiah itu. Ia menawarkan hendak menjual tiket tersebut dengan harga \$8,000. Setelah berunding, akhirnya tauke Cina itu membelinya dengan harga \$7,000. Setelah diserahkan kepada pihak yang berkenaan untuk menuntut hadiahnya, barulah diketahui tiket itu adalah palsu. Tiket yang sebenarnya memang telah pun dibayar hadiahnya.

Satu lagi ialah cerita perusahaan lombong. Setelah dijalankan penyelidikan pada sebidang tanah didapati tanah itu mengandungi cukup bijih untuk diusahakan. Geran tanah yang berkenaan dan peta-peta serta laporan ahli geologi semuanya telah siap. Kebetulan pula tanah ini terletak di Perak, tempat bijih yang terkenal. Laporan ahli geologi itu ditunjukkan kepada pegawai-pegawai di pejabat galian. Semua bersetuju bahawa angka-angka yang tercatat dalam peta berkenaan dengan peratusan bijih di tanah tersebut, adalah cukup baik dan sudah pasti mendatangkan keuntungan.

Malangnya tanah ini dimiliki oleh orang Melayu dan termasuk dalam Tanah Simpanan Melayu. Oleh itu orang Melayu sajalah yang boleh membeli tanah tersebut.

Sebuah syarikat lombong Cina telah sanggup menjalankan usaha melombong di tanah ini dengan membayar "tribute". Oleh sebab itu jika ada orang Melayu yang sanggup membeli tanah ini sudah pasti dalam masa yang singkat saja ia akan menjadi seorang jutawan. Sebabnya, harga tanah

yang termasuk dalam Simpanan Melayu lebih murah, sedang keuntungan yang akan diperolehi cukup besar.

Penulis sendiri pun amat tertarik dengan cadangan ini. Siapa yang tidak ingin jadi jutawan tanpa susah payah dan banyak usaha.

Akan tetapi setelah pertanyaan lanjut dikemukakan kepada seorang merinyu kanan di Ipoh, dan fail penyelidikan (carigali) tentang tanah itu dibuka, barulah rahsia sebenarnya diketahui. Peta carigali yang ada dalam fail itu menunjuk peratusan bijih yang jauh kurang jumlahnya daripada angka dalam peta yang ditunjukkan oleh broker. Sekiranya tanah ini dibeli, si pembelinya sudah pasti akan mendapat kerugian semata-mata.

Sebenarnya ada beribu macam penipuan dalam perniagaan. Pada zaman bank banyak seperti sekarang ini, cek menjadi satu alat penipuan yang terkemuka. Pembayaran untuk pembelian dengan menggunakan "cek kosong" selalu sangat berlaku. Orang yang kita kenal pun membuat penipuan seperti ini.

Kadang-kadang pembayaran dibuat dengan menggunakan cek lain, bukan cek pembeli sendiri. Ini terjadi kerana kesuntukan masa untuk menukar cek di bank pada masa hujung minggu umpamanya. Biasanya jumlah wang yang ditulis dalam cek itu lebih separuh daripada harga barang yang dibeli. Sekiranya tuan punya kedai yang menerima cek itu memberikan pula wang tunai untuk yang selebihnya itu, maka biasanya ia tidak akan bertemu lagi dengan pembeli itu kerana cek itu "cek kosong".

Kadang-kadang cek yang bertarikh pada bulan-bulan yang akan datang (post-dated cheque) diminta tukar dengan wang tunai. Pengeluar cek menjamin bila sampai tarikh yang dicatat dalam cek itu, wang di dalam bank akan ada. Kadang-kadang, kalau pkedai enggan menerima cek, wang yang diminta dikurangkan daripada jumlah yang ditulis pada cek itu. Sesiapa yang menerima cek seperti ini sudah tentu tidak akan mendapat semula wangnya dan tidak akan bertemu lagi dengan pengeluar cek itu. Biasanya, apabila penipuan seperti ini berlaku, pengeluar ceknya selalu dalam keadaan sesak atau cemas seperti ada kematian, terpaksa menolong kawan, anak

nak ke universiti dan bermacam-macam lagi. Orang yang lembut hati akan kosong sakunya.

Bagi peniaga yang baru memasuki bidang perniagaan, bayaran dengan cek janganlah diterima sama sekali. Kalau terpaksa, wang atau barang hanya boleh dikeluarkan apabila cek itu sudah diluluskan oleh bank.

Semua cek tidak berharga melainkan diterima dan diluluskan oleh bank. Kalau cek itu dari bandar yang lain, kelulusannya akan mengambil masa seminggu. Cek seperti ini tidak boleh diterima sama sekali.

Di dalam semua jenis perniagaan, peniaga-peniaga biasanya mestilah ada berurusan dengan pegawai-pegawai Kerajaan. Kerap kali pegawai-pegawai kerajaan ini tidak menyenangkan usaha mereka. Peniaga-peniaga biasa mendengar: kalau sedikit sagu hati diberikan kepada pegawai yang berkenaan, semua urusan beres dengan cepat. Malangnya peniaga-peniaga tidak biasa berbuat demikian, dan tidak berani menghulurkan sagu hati terus kepada pegawai yang berkenaan.

Dalam keadaan seperti ini kerap kali orang tengah pun muncul dan mengaku ia boleh tolong menguruskan soal sagu hati kepada pegawai itu. Dalam urusan seperti ini sudah tentu tidak ada resit, dan cuma wang tunai saja yang boleh digunakan. Peniaga yang memberikan wang itu tidak akan berjumpa dengan pegawai yang berkenaan, dan kalau berjumpa sekalipun pegawai itu tidak akan menunjukkan bahawa ia telah menerima sagu hati. Peniaga pula tentu tidak berani bertanya.

Mungkin orang tengah ini betul-betul ejen pegawai, tetapi boleh jadi juga bukan. Tidak ada satu cara pun untuk peniaga mengetahui dengan tepat. Bagaimanapun dalam keadaan seperti ini, terutama untuk menyelesaikan urusannya dengan segera, peniaga berpendapat adalah lebih baik terima tawaran ejen itu. Akibatnya, kerap kali terjadi: yang dikejar tak dapat, yang dikendong kecaciran. Ini tidaklah bermakna pegawai tidak "makan suap", tetapi yang sebenarnya ejen tidak memberikan sagu hati itu, ataupun diberikan separuh atau sedikit saja.

Satu hal lagi ialah berhubung dengan perkongsian, kerana perniagaan kerap kali memerlukan perkongsian. Akan

tetapi perkongsian tidak selalu bermakna semua pihak yang berkongsi mengambil bahagian yang sama. Kadang-kadang satu pihak cuba membawa cadangan yang "tentu untung" dan pihak yang lain dikehendaki mengeluarkan modal saja. Begitu baik cadangan yang dibawa, sehingga orang yang ada wang dengan senang mengeluarkan beribu-ribu ringgit untuk memodalkan perniagaan itu.

Kebanyakan daripada perkongsian seperti ini biasanya tamat dengan semua modal yang dikeluarkan itu hilang lesap. Kadang-kadang ada pula hutang yang menjadi tanggungan syarikat itu. Biasanya yang menjadi penjamin hutang itu ialah orang yang mengeluarkan modal. Oleh itu apabila syarikat atau perkongsian itu bankrap, si penjamin itulah yang menanggung beban, dan biasanya rakan yang tak mengeluarkan modal akan menghilangkan diri.

Oleh kerana itu, jika hendak membuat sesuatu perkongsian mestilah memilih rakan yang betul-betul dikenali, yang bertanggungjawab dan ada rumah tangga yang tertentu. Jika rakan itu tidak ada modal wang tunai, cagaran harta mesti dibuat. Jika ia tidak memiliki apa-apa selain daripada rancangan perniagaan yang gilang-gemilang maka perniagaan itu janganlah diteruskan.

Sebenarnya penipuan-penipuan yang berlaku dalam perniagaan tidaklah dapat dicatat dengan sepenuhnya walaupun buku ini tebalnya beratus-ratus halaman. Cara-cara untuk mengelakkan penipuan juga susah hendak diterangkan satu persatu. Bagi panduan para peniaga, terutamanya orang-orang yang baru atau ingin memasuki bidang perniagaan, satu-satunya jalan yang paling baik untuk mengelakkan penipuan-penipuan yang umum ialah: jangan menerima sebarang cadangan yang tidak mengikut peraturan atau yang terkeluar dari undang-undang. Kalau panduan ini diturut betul-betul, peniaga-peniaga tidaklah akan tertipu begitu kerap.

Akan tetapi, biasanya tiap-tiap peniaga akan mengalami masalah tipu menipu ini, akan rugi sekurang-kurangnya sekali akibat penipuan, dan kalau bernasib baik, akan kekal dalam perniagaan kerana sudah matang dalam hal penipuan.

## Amanah Dan Kejujuran

Orang Melayu kerap kali mendengar dan menyebut tentang "penipuan" yang dibuat oleh peniaga-peniaga Cina yang menyebabkan mereka begitu berjaya dalam bidang perniagaan. Dan banyakkah orang Melayu yang mengeluh kerana mereka tidak cekap menipu.

Kita tidak dapat menafikan bahawa di kalangan peniaga Cina ada cara-cara mengelak dari yang betul, tetapi bukan semua perniagaan orang Cina berhasil kerana penipuan. Kalau ada pun penipuan layanan lain diberi yang mengurangkan sedikit pahit-maung penipuan yang dilakukan.

Umpamanya, pekedai Cina dikatakan tidak timbang cukup untuk menampung harga yang murah. Tetapi pelanggan-pelanggan mereka terus juga datang walaupun disyaki diri mereka tertipu. Sebenarnya penipuan secara ini tidak begitu kerap berlaku. Dengan penggunaan penimbang "spring" sebagai pengganti dacing, penipuan secara ini sukar dilakukan.

Dari itu peniaga-peniaga Melayu tidak patut memikirkan bahawa kejayaan cuma akan dicapai jika mereka cekap menipu. Sebaliknya peniaga Melayu yang ingin maju hendaklah mengutamakan kejujuran dan juga beramanah.

Dalam perniagaan kita kerap kali terpaksa berjanji. Tukang jahit terpaksa berjanji bahawa tempahan pelanggannya akan siap dalam jangka masa yang tetap. Tukang jahit yang betul-betul menunaikan janjinya akan mengekalkan

pelanggannya. Sebaliknya tukang jahit yang memberi alasan berkali-kali kenapa tidak siap kerjanya akan beransur kehilangan pelanggan.

Begitu juga dengan tukang rumah. Baginya banyak perjanjian yang mesti dibuat sebelum ia diberi kontrak membina rumah. Yang pertamanya harga. Kadangkala untuk mendapat kontrak, harga kontrak dibuat begitu rendah sehingga ia tetap tidak akan untung. Akibatnya ialah kerjanya tidak sempurna dan kadangkala ia tidak dapat menyudahkan rumah itu selepas wang pendahuluan diambil.

Kadang-kadang dijanjikan rumah akan siap dalam satu masa yang singkat. Tetapi ini tidak dapat dibuat olehnya. Biasanya tuan punya rumah memberi kelonggaran sedikit, tetapi kalau kontraktor berkali-kali cuai maka namanya akan terkenal sebagai orang yang tidak beramanah dan ia sukar akan mendapat kontrak lagi.

Kontraktor kerap kali terpaksa mendapat bahan binaan dari kedai sebelum bayaran diterima dari pelanggan: Kalau modal cukup, bahan-bahan ini boleh dibeli terus. Tetapi biasanya bahan ini diambil secara kredit dan dibayar apabila siap kerja bahagian yang terlibat. Cara ini hanya boleh dilakukan oleh kontraktor yang jujur dan tidak lokek. Kontraktor yang cuai dalam hal pembayaran kredit tidak akan dapat kemudahan ini lagi. Dan kontraktor yang terpaksa membayar tunai akan menghadapi berbagai masalah yang boleh melumpuhkan perniagaannya.

Peniaga kerap kali berhutang untuk mendapat modal atau mendapat barang secara kredit. Kadang-kadang cek dikeluarkan "post-dated" iaitu laku apabila genap sesuatu masa. Kadang-kadang di waktu membuat hutang peniaga berjanji secara ringan. Apa pun dijanjikan asal saja dapat hutang. Perhitungan tentang membayar balik hutang tidak dibuat secara "teliti" dan sungguh-sungguh. Kadang-kadang bayaran balik bergantung kepada perkara-perkara yang tidak dapat ditentukan olehnya.

Oleh sebab itu apabila sampai saja tempoh untuk membayar balik, janji itu tidak dapat dipenuhi. Kadang-kadang peniaga memberi alasan mengapa bayaran balik tidak dapat dibuat. Ini boleh meyakinkan sedikit orang yang memberi



kan pinjaman atau penerima cek "post-dated". Tetapi cuma kalau ini dibuat sekali-sekala.

Kerap kali peniaga yang berhutang menghilangkan diri apabila tiba masa untuk membayar hutang. Tindakan seperti ini adalah buruk sekali. Peminjam terutama bank, akan hilang kepercayaan kepada peniaga dan lain kali ia tidak akan dilayan lagi. Bagi peniaga yang termasuk dalam senarai orang yang lokek dan tidak menunaikan janji, masa depan perniagaannya adalah gelap.

Ada orang yang baru berniaga atau ingin berniaga menganggap permulaan perniagaannya ialah satu peluang berhutang. Kerajaan menyediakan beberapa badan untuk menolong memberi modal pinjaman bagi peniaga baru. Kalau modal yang dikehendaki itu sebanyak \$10,000 ada peniaga yang memohon pinjaman \$15,000. Hutang \$5,000 yang lebih ini difikirkan boleh digunakan untuk lain-lain perbelanjaan yang tidak ada kaitan dengan perniagaannya.

Pembayaran hutang bergantung kepada kemajuan perniagaan dan jumlah modal. Modal \$10,000 tidak boleh memberi untung sebanyak modal \$15,000. Jadi kalau cuma separuh sahaja dari wang yang dipinjam digunakan untuk perniagaan, keuntungan tidak boleh menampung pembayaran hutang.

Kita telah sebut bahawa perniagaan yang bergantung seratus peratus kepada modal pinjaman tidak boleh memberikan pendapatan yang cukup untuk membayar balik faedah. Hutang sebanyak 15% dari modal tidak mungkin dibayar balik dari keuntungan perniagaan.

Orang yang hutang lebih daripada modal yang dikehendaki adalah orang yang tidak jujur pada dirinya sendiri dan kepada pihak yang memberikan hutang. Orang yang seperti ini tidak bertahan lama dalam perniagaan. Hutangnya tidak boleh dibayar dan pihak yang memberikan pinjaman akan bertindak melalui undang-undang bagi mendapatkan balik wang yang dipinjamkannya.

Kerja sebagai broker atau jurujual bergantung kepada amanah. Broker atau jurujual kadang-kadang diberi barang jualan untuk ditunjuk kepada pelanggan dan untuk jualan terus. Bayaran boleh dibuat terus kepada broker atau jurujual.

Bagi yang tidak beramanah peluang menyalahgunakan barang jualan atau duit bayaran adalah banyak. Barang kemas dan lain-lain boleh digadai dan wang digunakan buat "sementara". Hasil jualan juga boleh digunakan buat "sementara".

Peniaga selalu menipu diri dengan kepercayaan bahawa ia akan mendapat balik duit yang digunakan apabila tiba waktu untuk membayar balik kepada tuan punya. Tetapi jarang sekali ini dapat dibuat. Akibatnya, kepercayaan kepadanya hilang dan kerja broker atau jurujual tidak lagi boleh menjadi punca pendapatannya.

Jumlah kira-kira pembelian barang adalah satu perkara yang besar dalam perniagaan. Peniaga mestilah cekap membuat kira-kira. Kalau jumlahnya terlebih dari harga barang-barang yang dibeli, pelanggan mungkin akan memikirkan bahawa peniaga cuba menipu. Kalau jumlah terkurang pelanggan mungkin menganggap peniaga bodoh.

Bagi peniaga, kalaulah terdapat bayaran yang lebih oleh kerana apa sekalipun, tindakan yang bijak ialah memulangkan balik wang lebih itu dengan seberapa segera yang boleh. Keuntungan yang terdapat kerana kesilapan tidak boleh dianggap sebagai keuntungan. Kalau kesilapan ini disedari kemudian oleh pelanggan, ia boleh memikirkan ianya ditipu. Kalau ini terjadi dua kali, sahlah pada pelanggan bahawa ia sengaja ditipu.

Peniaga yang dianggap suka menipu akan hilang pelanggannya. Kalau cerita penipuan ini didengar oleh pelanggan-pelanggan lain, perniagaannya tetap akan lumpuh.

Pada zaman ini hampir semua peniaga ada akaun dengan bank. Ada orang yang menyoal kenapa seseorang mesti mendapat sokongan dari orang kenamaan sebelum ia dapat membuka akaun dengan bank. Untuk membuka akaun ia mesti menyimpan wangnya terlebih dahulu. Sepintas lalu adalah ganjil orang yang menerima wang tidak percaya kepada orang yang memberi.

Sebenarnya akaun dalam bank memberi satu taraf yang istimewa kepada orang yang mengadakan akaun itu. Orang yang ada akaun semasa berhak mengguna cek bank tersebut. Harga cek boleh ditulis dengan mudah sahaja. Bagi orang yang tidak bertanggungjawab cek boleh ditulis untuk wang yang tidak ada dalam bank.

Bagi orang yang tidak bertanggungjawab yang ada akaun bank adalah mudah sekali menipu. Oleh sebab kuasa yang besar inilah maka bank tidak mudah menerima seseorang untuk membuka akaunnya.

Bagi peniaga yang ada akaun bank dan buku cek, sikap bertanggungjawab mesti ada. Peniaga yang sesak kadang-kadang dengan ringan mengeluarkan cek yang tidak boleh diluluskan bayarannya oleh bank. Perbuatan ini adalah perbuatan jenayah yang boleh membawa kepada aduan mahkamah.

Tetapi bukan ini sahaja akibat mengeluarkan cek palsu. Akibat yang buruk bagi seorang peniaga ialah kehilangan kepercayaan oleh penerima cek. Mengeluarkan cek palsu boleh menjadi tabiat kepada peniaga, terutama apabila penerima cek palsu enggan mengambil tindakan. Peniaga yang bertabiat buruk ini tidak akan dipercayai oleh golongan peniaga lain, dan juga sesiapa yang terlibat dengan perniagaannya. Akhirnya perniagaannya akan rosak kerana bayarannya dengan cek tidak akan dilayan dan urusan dengan bank menjadi sukar.

Contoh-contoh ini disebut kerana banyak peniaga dan bakal peniaga Melayu berpendapat bahawa menipu adalah asas kejayaan perniagaan. Ini tidak benar. Peniaga-peniaga yang kaya-raya dan berkekalan tidak menipu. Mereka cekap dan pintar menggunakan wang dan ada perhitungan yang baik tiap-tiap kali mereka menggunakan wang. Si penipu tidak boleh kaya berkekalan atau tidak boleh maju membesarkan perniagannya.

Kejujuran dan amanah adalah faktor yang mustahak bagi perniagaan. Sebenarnya kejujuran dan amanah adalah modal perniagaan. Seorang yang jujur dan beramanah boleh berniaga tanpa modal wang ringgit. Sebaliknya wang ringgit tidak akan kekal sebagai modal perniagaan kalau peniaga tidak jujur dan tidak beramanah.

## Sistem *Franchise*

Satu perkembangan baru yang dilihat dalam bidang perniagaan di Malaysia ialah munculnya kedai-kedai makan "makanan cepat" atau "quick food" yang menjual makanan-makanan Amerika seperti "hamburgers" dan ayam goreng. Di merata-rata tempat di Kuala Lumpur dan bandar-bandar besar di Malaysia terdapat kedai-kedai Kentucky Fried Chicken, A & W dan lain-lain. Sate pun sudah ada kedai ala "quick food" dengan nama Sate Ria dan Sate Anika. Perkembangan ini menjadi amat pesat sejak beberapa tahun kebelakangan ini iaitu sejak tahun 1980.

Munculnya kedai-kedai "makanan cepat" ini berasas kepada dua perkara. Yang pertamanya ialah dalam kesibukan bandar yang besar, orang-orang yang bekerja di bandar tidak ada peluang balik ke rumah pada tengah hari waktu makan. Mereka juga tidak punya masa makan yang panjang. Mereka memerlukan tempat makan yang memberi layanan yang cepat, iaitu tidak perlu menunggu-nunggu sementara pelanggan lain dilayan dan juga untuk masakan yang mengambil masa. Di bandar besar ada sahaja orang yang sentiasa lapar dan tidak ada masa. Oleh itu selain dari masa makan tengah hari di waktu-waktu yang lain pun penjualan laris juga.

Yang keduanya yang menyebabkan munculnya kedai makan cepat ialah kerana sistem perniagaan cara *franchise*. Sistem ini bukanlah sistem baru. Sebenarnya sejak tahun tiga puluhan lagi sudah ada sistem ini di Malaysia. Kedai kasut

BATA menggunakan sistem *franchise* sebelum Perang Dunia Kedua. Tetapi penggunaan sistem *franchise* mencapai kemajuan yang pesat di seluruh dunia sejak tahun lima puluhan. Seperti biasa Malaysia cuma menyedari tentang sistem *franchise* ini di waktu-waktu yang agak lewat. Sungguhpun demikian belum ada penggunaan sistem *franchise* yang berpunca dari Malaysia. Hampir semua perniagaan ala *franchise* merupakan perkembangan perniagaan dari luar negeri, terutama dari Amerika Syarikat.

Apakah sistem *franchise*? Sistem ini ialah satu cara yang membolehkan peniaga membesar tanpa had sehingga mengadakan kedainya di seluruh dunia, tetapi tidaklah terlibat dalam mengawasi perkara titik bengik penjualan di tiap-tiap cawangan syarikatnya yang dibuka untuk menjual barangannya. Biasanya sebelum ada sistem *franchise* tiap-tiap cawangan baru yang dibuka oleh peniaga atau syarikat perniagaan dimiliki sepenuhnya oleh syarikat yang berkenaan. Pengurus dan pekerja di cawangan-cawangan adalah kakitangan syarikat secara langsung. Begitu juga semua barang dagangan dimiliki oleh syarikat induk.

Jika bilangan cawangan syarikat bertambah pengawasan menjadi sukar. Sebaliknya jika pengawasan rapi tidak dibuat, berbagai perkara yang akan merugikan mungkin berlaku. Oleh sebab itu perkembangan sesebuah syarikat adalah terhad kepada bilangan dan kawasan yang boleh diawasi dengan berkesan. Tidak mungkin sebuah kedai makan di Amerika mengadakan cawangannya di Malaysia.

Dalam sistem *franchise* cawangan yang ditubuhkan dimiliki oleh "operator" iaitu orang yang melabur dan mengurus cawangan itu. Orang ini dipanggil *franchisee*. Ini amatlah penting bagi kemajuan. Jika pelabur adalah orang yang tidak mengurus sendiri perniagaan, maka pengawasan tidak akan berkesan.

Syarikat yang menjual *franchise*, atau *franchisor* akan memberi beberapa khidmat dan bekalan supaya perniagaan menjadi laris dan mudah. Yang pertamanya ialah nama baik yang sudah popular, umpamanya "Kentucky Fried Chicken" atau "Mac Donalds Hamburger". Nama yang terkenal ini ialah satu daya penarik yang besar. Tetapi nama sahaja tidak memadai. Barang yang dijual hendaklah sama dari segi jenis

dan kualiti di mana juga terdapat nama sesuatu *franchisor*. Untuk ini *franchisor* mesti sanggup membekal barang dan ramuan yang tertentu dan melatih cara penyediaan bahan-bahan tersebut. Latihan tidak terhad kepada penyediaan barang jualan sahaja, tetapi juga kepada cara-cara melayan pelanggan. Pendek kata kedai-kedai *franchise* mestilah sama dalam semua aspek sehingga boleh dikenal dengan mudah walaupun diadakan beribu batu jauh dari kedai asal *franchisor*.

Biasanya kedai-kedai *franchise* ini tidak melibatkan terlalu banyak jenis barang. Jika kedai itu kedai makanan, mungkin cuma satu jenis makanan sahaja yang disediakan, umpamanya ayam goreng, atau *hamburger* atau sate. Dengan memperdagangkan cuma satu jenis makanan sahaja maka soal masa dan masakan dapat diatasi. Juga jika perlu, bekalan boleh dibuat oleh dapur pusat atau "central kitchen". Sate umpamanya boleh disediakan di satu pusat dan diedar ke kedai-kedai di mana masakan yang diperlukan ialah membakar semata-mata. Dengan ini masalah pekedai bukan pakar dalam bidang masakan tidak timbul. Siapa juga boleh bakar sate. Ini bermakna siapa juga boleh mengadakan kedai sate yang menjual sate yang terkenal dan sedap rasanya.

Selain daripada latihan dan tunjuk ajar, *franchisor* juga bertanggungjawab terhadap publisiti secara besar-besaran. Iklan-iklan dalam majalah, akhbar, radio dan televisyen semuanya dibuat oleh *franchisor* sebagai sebahagian daripada khidmat *franchisor*. Juga jika ada bahan-bahan iklan yang digunakan di kedai-kedai ini dibekalkan dengan bayaran yang istimewa oleh *franchisor*; yang mengambil peluang daripada penempahan borong yang murah. Kertas bungkus atau tuala tangan yang mempunyai logo *franchise* umpamanya ditempah dengan banyaknya oleh *franchisor* dengan harga yang murah, dan dibekalkan kepada *franchisee* dengan harga yang biasanya lebih murah daripada tempahan yang dibuat sendiri oleh pekedai.

Di Malaysia terdapat banyak kedai makan yang terkenal. Tetapi kedai ini terhad kepada satu kedai sahaja; tidak ada cawangan. Pemiagaan mereka tidak boleh berkembang kerana mereka bergantung kepada satu dua orang tukang masak dan tauke yang mengurus kedai. Jarang-jarang sekali sebuah kedai cawangan dibuka dan diurus oleh tuan punya

yang sama. Tetapi tidak pernah terjadi satu rangkaian (chain) kedai makan yang sama. Sebabnya kedai makan dan juga kedai-kedai lain di Malaysia tidak berkembang ialah oleh kerana tauke hendak bolot kepakarannya untuk diri sendiri sahaja. Sebaliknya di negeri Barat, terutama Amerika Syarikat, pengurus lebih suka perniagaannya membesar supaya, walaupun bahagian keuntungan bagi tauke dari tiap-tiap cawangan adalah berkurangan, tetapi kerana cawangan-cawangan begitu banyak, maka jumlah keuntungan meningkat tinggi. Sebenarnya bagi *franchise* yang termasyhur seperti



Dapatkah perniagaan ini berkembang sebagai suatu sistem perniagaan berangkai ala *franchise*?

Mac Donalds, satu jenis 'duit kopi' perlu diberi untuk mendapat hak *franchise*. Keuntungan Mac Donalds dalam satu tahun ialah \$6,000,000,000 (enam ribu juta ringgit). Ini tidak

mengambil kira keuntungan yang didapati oleh tuan punya atau pengurus kedai-kedai Mac Donalds.

Satu kebaikan yang terdapat dalam sistem *franchise* ini ialah ia membolehkan orang yang tidak ada pengetahuan dalam bidang perniagaan tertentu memasuki bidang itu dengan jayanya. *Franchisor* akan memberi semua latihan yang perlu, memilih tempat, menolong menghias dan melengkapkan kedai, membuat segala andaian dan perkiraan, memberi nama yang terkenal dan memberi bekalan barang serta bahan yang perlu. Pekedai (*franchisee*) yang jujur tentu akan dapat mengurus kedainya tanpa meraba-raba dan mencubacuba. Asalkan segala amalan yang baik yang diajar diikuti, kemungkinan perniagaan gagal adalah jauh sekali, *Franchise sate*, umpamanya, tidak perlu kepandaian membuat sate. Dengan cuma sanggup membakar sate sahaja makanan yang enak ini boleh menjadi punca keuntungan kepada orang yang tidak tahu masak sama sekali.

Sistem *franchise* ini tidak terhad kepada kedai makan sahaja. Pada waktu ini di Malaysia sistem *franchise* digunakan untuk perniagaan kasut, minyak dan barang-barang *elektronik*. Sistem *franchise* ini juga akan diperluaskan ke bidang perniagaan runcit ala pasar mini. Melalui *franchise* pasar mini, segala barang boleh dibeli secara borong oleh *franchisor*, dibungkus khas dan ditentukan harga jualannya. Semua pemegang *franchise* akan dibekalkan dengan semua barang yang sesuai untuk pelanggan kedai. Oleh kerana barang-barang dibeli secara borong atau diimport sendiri dan dihantar ke kedai-kedai dengan kenderaan sendiri, maka harga jualan barang-barang ini sepatutnya murah ataupun sama dengan kedai-kedai lain. Sebaliknya, penimbangan dan bungkusan yang dibuat oleh *franchisor* memudahkan jual beli dibuat.

Kedai-kedai runcit *Franchise* ini akan dihias mengikut rekabentuk dan alatan yang sama. Cara mengurus juga ditentukan oleh pengeluar *franchise* (*franchisor*). Dengan itu beberapa masalah yang disenaraikan dalam buku ini dapat diatasi. Yang diperlukan ialah semata-mata minat dan kejujuran. Sepatutnya tiap-tiap kampung yang belum ada kedai runcit mengadakan sebuah pasar mini. Yang penting ialah pasar mini ini dimiliki oleh pengurus kedai dan bukan oleh



pelabur perscorangan atau kumpulan atau syarikat kerjasama kampung.

*Franchisor* tidak memberi khidmatnya percuma. Bukan sahaja *franchisee* mesti sanggup membayar "duit kopi" (kadang-kadang ini tidak perlu) tetapi satu peratusan yang tetap dari penjualan kasar (*gross-sale*) atau satu bayaran khas mestilah dibayar tiap-tiap bulan kepada *franchisor*. Segala barang dan alat yang dibekalkan juga perlu dibayar, walaupun mungkin dengan harga yang murah yang memberi keuntungan yang rendah kepada *franchisor*. Syarat-syarat mendapat *franchise* berbeza di antara satu *franchise* dengan yang lain. Lebih maju sesuatu perniagaan *franchise* lebih tinggilah bayaran yang dikenakan. Sebaliknya *franchise* oleh syarikat yang tidak dikenali mungkin murah sekali. Tetapi keuntungan bergantung kuat kepada kemegahan sesuatu *franchise*.

Seperkara yang harus diingat ialah *franchisor* memandang berat nama baiknya. Oleh itu beberapa syarat akan dikenakan supaya kualiti barang dan layanan sejajar dengan nama baik *franchisor*. Jika syarat-syarat yang dikenakan ini tidak dipatuhi, ada kemungkinan perjanjian *franchise* akan ditarik balik.

( Sistem *franchise* adalah cara perniagaan yang sedang dan akan berkembang dengan pesatnya di Malaysia dan di seluruh dunia. Oleh itu adalah penting peniaga Melayu dan bumiputera memahami dan cekap dalam selok-belok sistem ini. Segala usaha mesti dibuat untuk menyebarkan maklumat yang secukup-cukupnya berkenaan dengan sistem *franchise* supaya bukan sahaja orang Melayu akan dapat memiliki *franchise* yang sudah popular, tetapi mereka juga boleh mengadakan *franchise* mereka sendiri. Dalam hal ini, seperkara yang penting ialah mengelak kegemaran biasa orang Melayu khususnya, iaitu mewujudkan terlalu banyak *franchise* sendiri. Mungkin tiap-tiap seorang yang tahu buat sate umpamanya akan cuba mengadakan *franchisenya* sendiri. Akibatnya ialah beratus-ratus *franchise* sate akan ditaja, tetapi tidak ada orang yang akan menjadi *franchisee*, iaitu orang yang akan membuka cawangan. Jika ini terjadi sekali lagi cara perniagaan yang mustajab ini akan tergelincir dari tangan orang Melayu dan bumiputera. )