

Headline	K- Shoppe bimbing usahawan		
MediaTitle	Utusan Malaysia		
Date	24 Jul 2019	Color	Full Color
Section	Mega	Circulation	107,609
Page No	23T025	Readership	322,827
Language	Malay	ArticleSize	2476 cm ²
Journalist	LAUPA JUNUS	AdValue	RM 48,936
Frequency	Daily	PR Value	RM 146,809



RABU • 24.07.2019

UTUSAN MALAYSIA

Mega

sains  mega utusan malaysia

Jenama usahawan terhangat

SIAPA tidak kenal jenama Kopiesatu yang merupakan jenama minuman dibangunkan oleh Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA). Jenama ini diberi nilai tambah dengan adanya *K-Shoppe* yang menyediakan platform berniaga kepada usahawan makanan bimbingan agensi berkenaan. Kopiesatu bukan sahaja membawa nama usahawan bimbingan yang kian menampakkan kejayaan, malah seharum aromanya, jenama tersebut kian berkembang.

Headline	K- Shoppe bimbing usahawan		
MediaTitle	Utusan Malaysia		
Date	24 Jul 2019	Color	Full Color
Section	Mega	Circulation	107,609
Page No	23T025	Readership	322,827
Language	Malay	ArticleSize	2476 cm ²
Journalist	LAUPA JUNUS	AdValue	RM 48,936
Frequency	Daily	PR Value	RM 146,809



WAN FAIZATUL ANIZA ISMAYATIM cuba menyediakan makanan di kedai K-Shoppe di Selayang, Selangor baru-baru ini.

K-Shoppe bimbing usahawan

Oleh **LAUPA JUNUS**
laupajunus@hotmail.com

SATU daripada pendekatan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) dalam melahirkan usahawan berkaitan pertanian adalah pembukaan outlet di kawasan terpilih. Ini membolehkan pengusaha atau peniaga mendekati pelanggan di mana-mana lokasi terpilih antara tapak pasar tani yang diwujudkan agensi berkenaan.

Salah satu konsep adalah Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu yang telah menjadi satu jenama popular sejak diperkenalkan pada 2011.

Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu merupakan outlet runcit dan mini kafe yang bertindak sebagai outlet jualan setempat dan promosi bagi produk makanan dan minuman secara dalam dan luar talian untuk produk Kopiesatu dan produk usahawan di bawah bimbingan FAMA.

Pembelian produk runcit boleh dibuat secara atas dan luar talian melalui portal Agrobazaar Online yang diendalikan sepenuhnya oleh FAMA manakala Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu bertindak sebagai hab bagi pengumpulan dan jualan produk usahawan terbabit.



HANIF RAZALEE menyediakan minuman kopi jenama Kopiesatu yang beroperasi di pasar tani Putrajaya.

Outlet ini bertindak sebagai pusat yang memberikan latihan kepada usahawan Agropreneur dalam menjalankan perniagaan peruncitan dan makanan dan minuman (F&B) menerusi program usahawan perintis Kopiesatu.

Pembukaan outlet itu juga memberi peluang dan ruang kepada usahawan untuk memasarkan produk mereka. Ia juga merupakan medan pengumpulan dan pusat jualan setempat bagi produk usahawan serta bertindak sebagai pusat promosi dan pengedaran produk usahawan PKS.

FAMA juga sebelum ini

memperkenalkan konsep jualan secara bergerak minuman kopi berjenama Kopiesatu menggunakan kenderaan sajian makanan (*food truck*).

Seorang usahawan Kopiesatu yang sedang giat dalam perniagaan tersebut mengakui tertarik dengan konsep perniagaan mudah alih yang datang mencari pelanggan.

Hanif Razalee yang terlibat dalam perniagaan tersebut sejak 2017 memberitahu, konsep tersebut membantunya kerana FAMA memberinya peluang berniaga di

tapak pasar tani. Dia yang memulakan perniagaan tersebut dengan modal RM150,000 mampu menjual antara 30 hingga 70 cawan kopi sehari pada hari biasa dan boleh meningkat kepada antara 70 hingga 100 cawan pada hujung minggu.

"Konsep ini memudahkan untuk berniaga dan saya memang berpuas hati," ujarnya yang berniaga di tapak pasar tani sekitar Putrajaya, Kota Warisan, Stadium Shah Alam dan Tapak Ekspo Pertanian Malaysia Serdang (MAEPS).

"Kopiesatu menawarkan harga berpatutan dengan konsep perniagaan makanan yang sesuai."

"Saya mencadangkan mereka yang berminat supaya menghadiri beberapa kursus terlebih dahulu selain mempunyai modal," ujarnya.

Sementara itu menurut Pengurus Besar MyKopiesatu Sdn. Bhd. (MKS), **Wan Faizatul Aniza Ismayatim**, setakat Jun

lalu terdapat 4,399 usahawan bimbingan yang terlibat dengan program tersebut melibatkan sebanyak 205 outlet K-Shoppe dan dua buah outlet K-Shoppe Kopiesatu.

"Jenis produk yang dijual adalah yang sedia dimakan seperti pastri, roti sandwic, kek, produk proses dan keperluan harian lain," ujarnya.

Beliau menyarankan mereka yang berminat menjadi usahawan supaya merembut peluang dan kemudahan yang ditawarkan.

Mereka yang terpilih katanya, akan menerima bantuan perniagaan daripada FAMA sebanyak RM15,000 berupa peralatan perniagaan sebagai modal permulaan.

Katanya, bantuan yang disediakan adalah dalam bentuk peralatan seperti papan tanda, rak, cat, bahan promosi, pendaftaran tunai (*cash register*), pemanas, pendingin (*chiller*) dan penyejuk beku (*freezer*) mengikut keperluan utama usahawan.



WAN FAIZATUL ANIZA ISMAYATIM



ISHAK ISMAIL (lima dari kiri) bergambar dengan penerima geran sumbangan dalam majlis perasmian K-Shoppe Kopiesatu di Selayang baru-baru ini.



Headline	K- Shoppe bimbing usahawan		
MediaTitle	Utusan Malaysia		
Date	24 Jul 2019	Color	Full Color
Section	Mega	Circulation	107,609
Page No	23T025	Readership	322,827
Language	Malay	ArticleSize	2476 cm ²
Journalist	LAUPA JUNUS	AdValue	RM 48,936
Frequency	Daily	PR Value	RM 146,809

INFO

MYKOPIESATU SDN. BHD (MKSB)

- MyKopiesatu Sdn. Bhd. (MKSB) merupakan anak syarikat milik penuh FAMA dan mula beroperasi pada Oktober 2016.
- **Misi** - Menawarkan produk minuman *specialty coffee* yang berkualiti antarabangsa pada harga mampu beli.
- **Visi** - Menyasarkan Kopiesatu sebagai jenama tempatan *specialty coffee* nombor #1 di Malaysia.
- **Objektif MKSB**
- Membangunkan usahawan agropreneur di bawah program keusahawanan FAMA dan MKSB.
- Membuka peluang kepada usahawan memulakan perniagaan minuman kopi dengan modal permulaan yang rendah dan margin keuntungan yang kompetitif.
- Mengurangkan kadar kebergantungan usahawan kepada pekerjaan makan gaji.
- Menyediakan minuman dan makanan yang ringkas mengikut kehendak semasa.
- Mempelbagai produk minuman dan makanan tempatan.
- Mempromosi minuman dan makanan keluaran usahawan tempatan menerusi pembekalan kepada *outlet* Kopiesatu.
- Memberi latihan industri *On Job Training* dan pendedahan suasana kerja yang sebenar dalam menjalankan perniagaan.

Peranan dan Fungsi Outlet Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu

- Pembelian produk runcit boleh dibuat secara atas dan luar talian melalui portal Agrobazaar Online yang dikendalikan sepenuhnya oleh FAMA manakala Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu bertindak sebagai hab bagi pengumpulan dan jualan produk usahawan terbabit.
- Outlet ini bertindak sebagai pusat yang memberikan latihan kepada usahawan Agropreneur dalam menjalankan perniagaan peruncitan dan F&B melalui program usahawan perintis Kopiesatu.
- Memberi peluang dan ruang kepada usahawan untuk memasarkan produk menerusi *outlet* Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu.
- Merupakan medan pengumpulan dan pusat jualan setempat bagi produk usahawan.
- Bertindak sebagai pusat promosi dan pengedaran produk usahawan perusahaan kecil dan sederhana (PKS).



Mengenai cabaran yang dihadapi Wan Faizatul berkata, pihaknya sentiasa mencari jalan untuk menjadikan produk yang dibekalkan usahawan lebih tahan lama, kaedah penyimpanan produk yang sesuai dan promosi untuk mencapai nilai jualan yang disasarkan selain terma transaksi yang baik.

Beliau menganggarkan bilangan usahawan dan kedai jenama tersebut akan meningkat dan mereka yang dilatih selama enam bulan.

Pihaknya menasaskan pembukaan sehingga 32 *outlet* baharu pada tahun ini di bawah FAMA serta tiga *outlet* Kopiesatu.

Program Agrobazaar K-Shoppe Kopiesatu yang berkonsepkan jualan industri asas tani (IAT) dan Café yang menyediakan produk-produk proses untuk jualan serta produk yang akan disediakan di premis untuk jualan.

Kopiesatu boleh dianggap menarik sesuai dengan objektifnya iaitu menjadi peneraju bagi usahawan kecil dan sederhana dalam industri berkaitan kopi.

Program tersebut juga bertujuan memenuhi permintaan dalam usaha memajukan industri kopi dan membantu mempromosikan industri asas tani. Pada masa sama program tersebut dapat memberi kesedaran kepada orang ramai mengenai kopi jenama Malaysia yang berkualiti tinggi.

Selain itu, FAMA sebelum ini memperkenalkan *MyKopie* berperanan membangunkan usahawan *MyAgrosis* dalam rangkaian institusi pengajian tinggi (IPT) seluruh negara dan usahawan muda di pasaran terbuka Malaysia.

Terdapat dua pakej perniagaan yang ditawarkan oleh *MyKopie* iaitu Kiosk Lipat dan Kiosk Mudah Alih.



ISHAK ISMAIL memasak di K-Shoppe Selayang selepas pembukaan rasminya.

Sasaran FAMA

PENGENALAN program K-Shoppe oleh Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) adalah baik bagi membolehkan lebih ramai usahawan bimbingan dapat diwujudkan.

Program tersebut selaras dengan usaha FAMA untuk membantu usahawan yang sering berdepan dengan masalah untuk mengembangkan pasaran perniagaan mereka.

Bagi tujuan itu, FAMA mempunyai tanggungjawab tertentu terhadap pembangunan K-Shoppe sesuai dengan peranannya sebagai agensi pembimbing.

Peranan FAMA antara lain adalah menyediakan peralatan yang diperlukan seperti rak dan alat untuk mempamerkan papan tanda secara pinjaman dan mengecat bangunan jika perlu.

Peralatan tersebut diseragamkan mengikut spesifikasi yang ditetapkan dan akan dilabelkan sebagai hak milik FAMA.

Agensi Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani itu juga memberi

khidmat nasihat dari segi pengeluaran dan pemasaran, mengadakan promosi dari masa ke semasa serta memantau keseluruhan projek agar selari dengan objektif yang dirangkaikan.

Dalam pada itu, usahawan pula mempunyai peranan tertentu supaya sentiasa mengikut panduan yang diberi oleh FAMA.

Sebagai contoh, produk perusahaan kecil dan sederhana (PKS) yang dikeluarkan mesti mematuhi Akta Makanan dan mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh agensi penguatkuasaan yang berkaitan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna serta pihak berkuasa tempatan (PBT).

Usahawan juga perlu sentiasa membuat tinjauan ke atas produk dan permintaan dan sedia menerima teguran daripada FAMA. Mereka juga perlu memastikan premis dijaga kemas, bersih dan teratur.

Mereka juga perlu sentiasa melaporkan prestasi urusan niaga kepada FAMA jika diperlukan serta sentiasa

menerima produk proses PKS daripada usahawan lain untuk dipasarkan.

Dalam pada itu Pengerusi FAMA, **Ishak Ismail** berkata, pihaknya akan mengadakan kerjasama strategik dengan pasar raya besar bagi membuka ruang pasaran bagi mempromosi produk usahawan bimbingan FAMA.

Contohnya kata beliau, kerjasama adalah dengan 11 Pasar Raya Darul Makmur (PDM) milik Majlis Agama Islam Negeri Pahang.

FAMA juga akan menjalin kerjasama dengan beberapa pasar raya lain untuk peluasan pasaran antarabangsa barangan atau produk usahawan tempatan," ujarnya.

"*My Food For Ummah* juga adalah program membawa dan menjual produk usahawan tempatan ke hotel-hotel di sekitar Mekah dan Madinah tempat jemaah haji menginap," ujarnya.

Ketika ini seramai 4,399 usahawan mendapat bimbingan menerusi program tersebut. Sehingga Mei tahun ini pula, nilai jualan Agrobazaar K-Shoppe melebihi RM50 juta.



KOPIESATU kini menjadi jenama yang menunjukkan kejayaan FAMA membimbing usahawan.