

NIK HASYUDEEN

MINDA CEO

BERNIAGA,
MENAMBAH NILAI
DAN MELUASKAN
RAHMAT

“CEO bukan seorang Superman. Dia perlu bekerja bersama-sama ahli pasukan dan mendapat sokongan pihak luar.”

Dato' Hussamuddin Haji Yaacob
Penasihat, Kumpulan Karangkrif



NIK HASYUDEEN

MINDA CEO



PERDANA

BERNIAGA, MENAMBAH NILAI DAN MELUASKAN RAHMAT

JTA

2024



PERDANA
LEADERSHIP
FOUNDATION
YAYASAN
KEPIMPINAN
PERDANA



NIK HASYUDEEN

MINDA CEO

BERNIAGA,
MENAMBAH NILAI
DAN MELUASKAN RAHMAT

Hak cipta penerbitan oleh JT Publishing House Sdn Bhd. Tiada bahagian dalam penerbitan ini yang boleh diterbit atau dipindah dalam apa jua cara, sama ada elektronik atau mekanikal, termasuklah fotokopi, salinan semula atau dalam apa-apa jua bentuk sistem storan atau capaian, tanpa keizinan bertulis daripada JT Publishing House Sdn Bhd.

Cetakan Pertama 2024

Cetakan Kedua 2024



Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Perpustakaan Negara Malaysia

Rekod katalog untuk buku ini boleh didapati dari Perpustakaan Negara Malaysia

ISBN 978-629-7561-32-5

Diterbitkan oleh : JTX - Sebuah imprin yang dimiliki oleh
JT PUBLISHING HOUSE SDN BHD (1470109-K)
No. 8, Jalan Puteri 2A/8,
Bandar Puteri Bangi,
43000 Kajang, Selangor

Hubungi : TELEFON: +6011-2906 2609
E-MEL: buku@jtpublishing.my
LAMAM WEB: www.jtbooks.my
FACEBOOK: Jejak Tarbiah
INSTAGRAM: @jejaktarbiah

Reka Kulit : Dr. Nur Syahirah Salehuddin

Reka Letak : Raiha Bahaudin & Dr. Nur Syahirah Salehuddin

Editor : Nor Liana Omar

Pruf : Nurul Hidayah Othman

Dicetak oleh : FIRDAUS PRESS SDN BHD
28, Jalan PBS 14/4,
Taman Perindustrian Bukit Serdang,
43300 Seri Kembangan, Selangor.

Diedarkan oleh :



Fajar Pakeer

FAJAR PAKEER SDN BHD
Lot 7, Jalan Perusahaan Amari,
Amari Business Park,
68100 Batu Caves, Selangor.
Telefon: 03-6177 3444, 6177 3555
E-mel: order@fajarnovels.com.my



Kandungan

Prakata Dato' Hussamuddin Haji Yaacob	vii
Bicara CEO	1
Asas-asas Perniagaan dan Keusahawanan	10
Minda Asas Seorang CEO	27
Minda Pengelola	34
Minda Strategik	52
Minda Pembina	67
Minda Penghubung	87
Minda Pemimpin	105
Cabaran-cabaran Seorang CEO	129
Kemahiran-kemahiran Pelengkap Seorang CEO	155
Sumber dan Alatan Bantuan Seorang CEO	174
Setiap Usahawan adalah Seorang CEO	197
Profil Penulis	200



Jika sesebuah perniagaan atau organisasi diandaikan sebagai bukit, CEO adalah puncaknya. Pandangan CEO luas dan mampu melihat tempat yang hendak dituju walaupun mungkin tidak berapa jelas. CEO boleh nampak apa-apa yang orang di kaki bukit tidak nampak.

Prakata

DATO' HUSSAMUDDIN HAJI YAACUB

Kejayaan mana-mana perniagaan atau organisasi bergantung kepada kompetensi tokoh-tokoh utama yang menggerakkannya. Individu paling penting ialah Ketua Pegawai Eksekutif atau *Chief Executive Officer* (CEO).

Sudah banyak buku pengurusan yang membincangkan pelbagai ilmu dan aspek perniagaan, tetapi kebanyakannya bertumpu kepada perkara-perkara seperti strategi, pemasaran, operasi, kewangan dan modal insan. Buku-buku yang memberikan motivasi kepada usahawan dan ahli pasukan dalam perniagaan pun banyak.

Buku *Minda CEO* ini berlainan sedikit fokusnya. Ia membincangkan apa yang ada dalam kepala seorang CEO, bagaimana dia mendorong tindakan dan keputusan, seterusnya mempengaruhi prestasi perniagaan. Ini adalah suatu perkara yang penting kepada usahawan kerana

perbincangan berkenaan pembentukan minda-minda asas (*mindset*) seorang CEO akan memberikan pelbagai idea bagi membolehkan mereka menambah kekuatan



masing-masing, selari dengan cabaran dan perkembangan perniagaan.

Selain itu, pelbagai ilmu dan kemahiran, teknik serta tip pengurusan moden turut dikongsikan. Konsep “perniagaan adalah ibadah” turut diberi penekanan. Semua ini akan membantu CEO dalam mencapai matlamat perniagaan.

Tentunya ada perkara lain berkenaan kecemerlangan seorang CEO yang tidak dimasukkan dalam buku ini. Namun, apa yang dibicarakan itu boleh menjadi satu kerangka ilmu, kemahiran dan nilai yang menjadi panduan kepada usahawan bagi melengkapkan diri mereka sebagai CEO perniagaan masing-masing.

Mesej buku *Minda CEO* ini jelas. CEO bukan seorang Superman. Dia perlu bekerja bersama-sama ahli pasukan dan mendapat sokongan pihak luar yang mempunyai kepentingan ke atas kejayaan perniagaan yang diterajui. Tanpa kerjasama pelbagai pihak ini, CEO hanya akan bersendirian di dalam biliknya.

Buku *Minda CEO* ini boleh dijadikan sebagai asas bagi melaksanakan tugas dan tanggungjawab sebagai peneraju sesebuah perniagaan atau organisasi. Usahawan seharusnya mempunyai minda asas sebagai CEO, seterusnya menjadikan perniagaannya sebagai platform menuai keuntungan dan menyebarkan kebajikan.

Dato' Hussamuddin Haji Yaacob

Penasihat Kumpulan Karang kraf

01



Bicara CEO

SAYA sering membicarakan topik-topik berkenaan perniagaan dan keusahawanan di media sosial, juga dalam program-program bersemuka. Apa yang saya kongsiikan itu adalah berdasarkan pengalaman saya sendiri dalam mengurus, mentadbir dan memimpin beberapa buah organisasi, sama ada perniagaan persendirian, badan kawal selia dan institusi awam. Saya kira, ada baiknya pengalaman itu dikongsikan sebagai pedoman dan panduan kepada para usahawan yang sedang menerajui perniagaan masing-masing di dunia yang semakin kompleks dan mencabar ini.

Membina perniagaan sendiri bukanlah satu perkara yang mudah. Pada peringkat awal, banyak perkara yang perlu dilakukan sendiri dan dalam satu jangka masa yang sama, supaya perniagaan mampu berkembang seperti



yang dirancang. Produk apa yang hendak dijual, kepada siapa hendak dijual, bagaimana mewujudkan produk yang dikehendaki dan memasarkannya, serta mencari dan melatih pekerja. Jika berniaga secara bersendirian, kesemua ini perlu dilakukan sendiri.

Usahawan berasal dari pelbagai latar belakang. Justeru, mereka mempunyai ilmu, kemahiran, pengalaman dan nilai yang berbeza-beza. Tidak ada formula ringkas yang boleh menukar mereka menjadi peneraju atau CEO yang cemerlang. Semuanya perlu diusahakan dengan gigih agar perniagaan yang dibina itu berdaya maju, unggul dan lestari.

Apabila perniagaan mula berkembang, baru kita menyedari bahawa ia bukan semakin senang diuruskan dan dipimpin, sebaliknya bertambah rumit. Modal perlu ditambah, bilangan pekerja meningkat, operasi semakin kompleks serta muncul pelbagai cabaran baharu dari pelbagai hala, termasuk pesaing yang mahu meniru kejayaan kita.



Apa itu *Chief Executive Officer* atau CEO?

Sekiranya mudah, CEO bermaksud Ketua Pegawai Eksekutif. Ini bermakna CEO berada pada kedudukan tertinggi dalam perniagaan atau organisasi. Di bawah pimpinan CEO ada orang lain yang bertanggungjawab bagi menjalankan pelbagai tugas perniagaan dengan berkesan. CEO perlu dalam kebanyakan keadaan, CEO bekerja bersama orang-orang bawahannya bagi menerajui perniagaan menuju ke destinasi yang ditetapkan.

Jika sesebuah perniagaan atau organisasi diandaikan sebagai bukit, CEO adalah puncaknya. Pandangan CEO luas dan mampu melihat tempat yang hendak dituju walaupun mungkin tidak berapa jelas. CEO boleh nampak apa yang orang di kaki bukit tidak nampak. Namun begitu, orang yang berada di kaki bukit itu pula boleh nampak objek di sekeliling mereka dengan terang dan nyata.

“

Jadi, peranan CEO adalah membantu orang yang berada pada pelbagai tahap ketinggian bukit tersebut mencapai matlamat organisasi berdasarkan apa yang dilihat oleh CEO dari puncaknya. Dalam kebanyakan keadaan, CEO bertanggungjawab mendorong orang lain menjadi cemerlang dan tidak hanya melakukan pelbagai perkara secara bersendirian.



Seorang CEO bertanggungjawab dalam membawa perniagaan ke destinasi yang dipersetujui semua pihak yang terlibat. CEO menjadi penghubung antara ahli lembaga, pengarah dengan badan pengurusan dan warga organisasi serta pihak luar yang mempunyai kepentingan. CEO seharusnya mampu meyakinkan semua pihak yang terlibat supaya sama-sama berusaha dan fokus ke arah kejayaan yang diinginkan.

CEO tidak semestinya seseorang yang mempunyai semua ilmu dan kemahiran teknikal yang berkait dengan operasi perniagaan. Namun, dia tidak boleh asing dengan perkara-perkara teknikal yang menjadi asas kepada operasi dan penjana nilai perniagaan berkenaan. CEO perlu sedar bahawa nilai tersebut akan mempengaruhi budaya juga pencapaian perniagaan tersebut. Dia tidak boleh lari daripada tanggungjawab meletakkan keutamaan perniagaan dan pihak berkepentingan melebihi keutamaan dirinya sendiri.

Justeru, seseorang usahawan mesti mempunyai minda asas sebagai seorang CEO. Ia merupakan gaya berfikir dan model kerangka mental yang memberi panduan dalam membuat pilihan dan mengambil tindakan sebagai seorang CEO.

Minda asas yang perlu ada pada seorang CEO dipecahkan kepada **Minda Pengelola, Minda Strategik, Minda Pembina, Minda Penghubung dan Minda Pemimpin**. Setiap minda asas berkenaan akan diperincikan agar pembaca mendapat kefahaman dan penjelasan yang lebih menyeluruh.

Perbincangan minda asas CEO ini tidak hanya terhad kepada perniagaan berskala kecil dan sederhana, tetapi turut meliputi institusi korporat dan organisasi bukan perniagaan yang terkemuka. Ini kerana cabaran seorang CEO adalah bersifat konseptual dan tidak terhad kepada konteks perniagaan semata-mata.

Selain perbincangan minda asas CEO, buku ini juga menyentuh berkenaan asas perniagaan dan keusahawan secara umum. Turut dibincangkan cabaran yang dihadapi, kemahiran serta sumber dan alatan bantuan yang diperlukan oleh seorang CEO. Semua aspek ini berkait rapat antara satu sama lain dan merupakan suatu simbiosis dalam ekosistem sesebuah perniagaan atau organisasi.

“ Hal ini kerana seorang CEO memerlukan ilmu dan kemahiran khusus, serta bantuan daripada sumber dan alatan tertentu bagi melaksanakan tanggungjawabnya dalam mentadbir, mengurus dan memimpin perniagaan atau organisasi yang diterajui. Dia tidak mampu melakukan segalanya seorang diri.

Tiada manual atau garis panduan khusus dalam mentadbir, mengurus dan memimpin sesebuah perniagaan atau organisasi. Kebanyakan perbincangan dalam buku ini adalah daripada ilmu, pengalaman dan pemerhatian saya sendiri. Tentulah ia amat sedikit jika hendak dibandingkan dengan khazanah ilmu di luar sana. Oleh itu, pasti ada kekurangan dan keterbatasannya.



01

Pertama, apa yang telah saya lalui dan alami tentunya tidak sama dengan apa yang dilalui dan dialami orang lain. Jadi, perbincangan-perbincangan tersebut adalah terhad kepada isu atau perkara yang saya fikir penting dan mempunyai hal yang signifikan sahaja, serta tidak menyeluruh.

02

Kedua, sumber kajian mendalam yang terhad. Dalam bidang akademik, sesuatu pandangan akan diterima sebagai sebahagian daripada disiplin ilmu sekiranya ada kajian yang menyeluruh, termasuk pelbagai proses kutipan dan pengesahan data di lapangan. Walaupun banyak perkara yang disentuh dalam buku ini ada rujukannya, saya tidak menggunakan kaedah akademik dalam membentuk pemerhatian saya. Walau bagaimanapun, banyak kandungan buku ini sudah saya syarahkan di beberapa institusi pengajian tinggi sebagai maklumat dari lapangan kepada pensyarah dan pelajar.

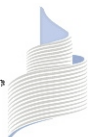
03

Ketiga, perbincangan isu atau perkara yang sama yang mungkin berulang-ulang. Hal ini kerana susah membincangkan isu atau perkara berkenaan dalam satu bab sahaja kerana wujud perspektif yang berbeza-beza. Walaupun isu atau perkaranya sama, namun perspektif perbincangan berkenaan adalah berbeza demi menepati kandungan bab-bab tersebut.

Semua isu atau perkara yang dibincangkan dalam buku ini bukanlah idea saya semata-mata. Ia juga diambil daripada sumber lain, tetapi telah disesuaikan dengan situasi dan keadaan yang saya tempuhi dalam kerjaya saya sebelum ini. Jadi, saya sampaikan perkara-perkara itu berdasarkan kefahaman dan pendekatan tersebut. Sukar bagi saya mengingati kembali sumber-sumber rujukan berkenaan secara terperinci.

Sekiranya ada pandangan dan pemerhatian anda yang berbeza daripada apa yang dibincangkan dalam buku ini, buatlah penilaian tambahan dan ambillah yang terbaik di antara kedua-duanya. Dalam mentadbir, mengurus dan memimpin, biasanya tidak ada isu atau perkara yang mutlak kerana suasana dan keadaan mungkin berbeza-beza. Jadi, orang yang terbuka dan jujur dengan data dan fakta, akan mempunyai peluang yang lebih tinggi dalam membuat pilihan yang betul berbanding orang yang dogmatik dan tidak mahu mendengar pandangan orang lain.

Seorang CEO mungkin menghadapi situasi-situasi perniagaan yang kompleks dan dinamik. Apa yang berkesan sebelum ini mungkin tidak lagi memberikan keputusan yang sama ekoran perubahan iklim dan ekosistem perniagaan yang didorong oleh pelbagai sebab. Oleh itu, buku ini boleh dijadikan sebagai kerangka rujukan bagi mencari ilmu dan kemahiran tambahan dari pelbagai sumber dan kaedah.



Semoga buku ini dapat menyumbang kepada tradisi keilmuan dalam bidang keusahawanan, seterusnya melahirkan lebih banyak usahawan berminda CEO yang mampu membuat keputusan dan tindakan yang bijak, efisien dan adil serta tepat pada waktunya, tanpa mengabaikan nilai-nilai mulia dalam sesebuah perniagaan atau organisasi.

Nik Mohd Hasyudeen Yusoff





Seorang CEO mungkin menghadapi situasi-situasi perniagaan yang kompleks dan dinamik. Apa yang berkesan sebelum ini mungkin tidak lagi memberikan keputusan yang sama ekoran perubahan iklim dan ekosistem perniagaan yang didorong oleh pelbagai sebab.

02



Asas-asas Perniagaan dan Keusahawanan

BAGI memahami peranan seorang CEO, kita perlu memahami dahulu apa itu perniagaan. Memahami asas dan perkara yang mempengaruhi perniagaan dari pelbagai sudut adalah satu keperluan buat seorang CEO. Memahami perkara-perkara berkaitan yang kompleks ini memerlukan keupayaan membaca data, maklumat dan pandangan dari pelbagai sumber. Kebanyakan data dan maklumat ini perlu dicari dan diproses supaya bersesuaian dengan keperluan perniagaan.

Kesemua perkara ini perlu mengambil kira nilai yang mahu dijanakan kepada pasaran serta bersesuaian dengan tahap perkembangan perniagaan. Kehendak pelbagai pihak berkepentingan dan perubahan yang sentiasa

berlaku akan menjadikan tugas seorang CEO lebih mencabar. Perniagaan perlu disediakan bagi menghadapi perubahan luar jangka.

Dengan kefahaman ini, barulah kita akan dapat mengenal pasti minda asas yang diperlukan oleh seorang CEO bagi mentadbir, mengurus dan memimpin perniagaan yang diterajui.

Secara mudah, sesebuah perniagaan mestilah mempunyai ciri-ciri berikut:

- 1. Menyelesaikan masalah pelanggan.**
- 2. Menambah nilai kepada pelanggan.**
- 3. Menjana keuntungan dan pulangan kepada pelabur.**

Bagi mencapai tujuan-tujuan tersebut, sesebuah perniagaan perlu diurus dan ditadbir dengan betul supaya mampu menjana nilai dan memenuhi kehendak pelanggan serta pelabur. Susunan aktiviti ini merupakan **Model Perniagaan** bagi perniagaan berkenaan.

Semakin kompleks sesebuah perniagaan, semakin tinggi ilmu, kemahiran dan pengalaman yang perlu ada pada seorang CEO bagi membolehkan dia memahami apa yang sedang dan akan berlaku. Kesemua ilmu ini akan membantu dalam memilih tindakan dan keputusan yang bukan sahaja mendatangkan kesan segera, tetapi boleh dirasai impaknya dalam tempoh jangka masa panjang berdasarkan cabaran dan kerumitan yang dihadapi.



Kanvas Model Perniagaan



Model Perniagaan dan Kanvas Model Perniagaan

Bagaimana aktiviti sesebuah perniagaan disusun serta hubungan dengan pelbagai pihak bagi menjana penyelesaian dan nilai sehingga sampai kepada pelanggan sasaran, boleh digambarkan melalui **Kanvas Model**

Perniagaan

Selain menjelaskan proses penjanaan nilai, kanvas model perniagaan ini juga memberi gambaran berkenaan aktiviti dan proses yang terlibat, kos yang ditanggung serta bagaimana perniagaan menjana keuntungan.

Model perniagaan boleh berbeza daripada satu perniagaan dengan perniagaan yang lain walaupun berada dalam industri yang sama. Perbezaan model perniagaan ini mempengaruhi bagaimana produk (barangan atau perkhidmatan) dikeluarkan serta keberuntungannya dari segi kewangan. Hubungan perniagaan dengan pihak-pihak berkepentingan sama ada secara komersial atau sebab-sebab lain, juga dapat diperhatikan dengan jelas.

Antara model perniagaan yang sering dijadikan contoh ialah model perniagaan syarikat penerbangan. Ada yang memberikan perkhidmatan penuh serta ada yang menawarkan tambang murah, dengan penawaran pilihan kepada pelanggan untuk membeli perkhidmatan atau produk tambahan. Pelanggan boleh membuat keputusan berdasarkan apa yang mereka inginkan dan perlukan. Ini adalah satu faktor penting yang menentukan daya maju perniagaan di bawah mana-mana model perniagaan.



Pengalaman menggunakan perkhidmatan syarikat penerbangan yang menggunakan model perniagaan yang berbeza boleh menghasilkan suatu pengalaman yang berlainan.

Pemilikan aset juga boleh menjadi pembeza dalam mana-mana model perniagaan. Ada perniagaan yang memilih untuk membeli dan 'memiliki' aset, manakala ada yang memajak atau menyewa sahaja. Ada juga yang hanya memasarkan produk yang dibuat oleh pihak ketiga di bawah jenama perniagaannya tetapi mengikut syarat-syarat pemasaran syarikat lain.

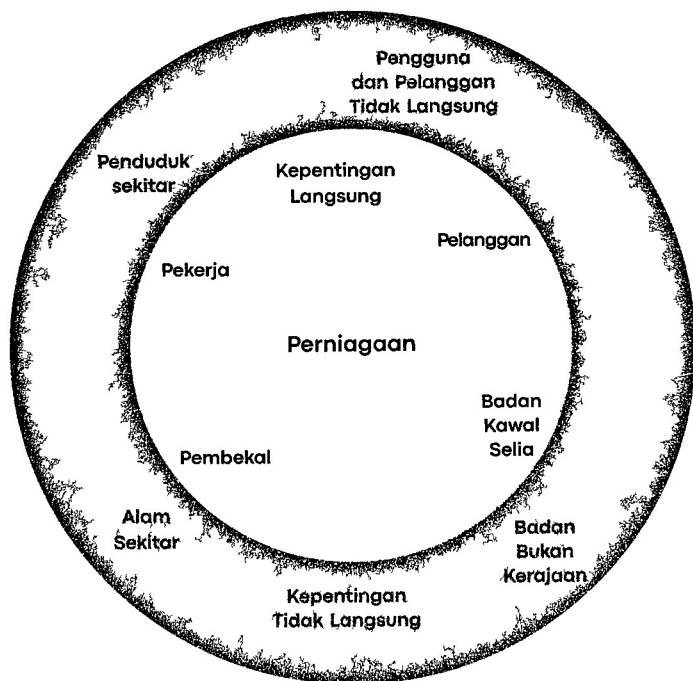
Setiap pilihan ini ada manfaat dan risikonya yang tersendiri.

“ Model perniagaan dibina daripada proses pembentukan strategi, dan diperkemas jika perlu. Seorang CEO menerajui perniagaan berdasarkan strategi dan model perniagaan yang ditetapkan. Oleh sebab CEO mempunyai tanggungjawab dalam pembentukan strategi, dia juga berperanan bagi menentukan model perniagaan.

Pihak Berkepentingan dan Rantaian Nilai Perniagaan

Secara umum, sesebuah perniagaan atau organisasi terdiri daripada pekerja, pembekal dan pelanggan sahaja. Namun sebenarnya, banyak lagi pihak lain yang

mempunyai kepentingan atas perkembangan, prestasi dan kejayaan perniagaan tersebut. Kesemua pihak ini perlu diberikan layanan yang sewajarnya.



Pekerja mempunyai kepentingan langsung atas perniagaan kerana mereka mencari rezeki di situ. Sebarang polisi dan kaedah pengurusan akan mempengaruhi kehidupan pekerja secara langsung. Pada masa yang sama, keluarga mereka juga akan terkesan secara langsung atau tidak langsung jika perniagaan menghadapi masalah, kerugian atau terpaksa ditutup.

Pembekal merupakan pihak yang membolehkan perniagaan mengeluarkan produk (barangan atau



perkhidmatan) yang dipasarkan. Pembekal berada di atas rantai bekalan masing-masing berdasarkan strategi dan keperluan.

Piawaian-piawaian yang menjadi asas kepada kualiti produk yang dibeli oleh perniagaan menyebabkan pembekal perlu menilai sama ada rantaian bekalan yang dibekalkan mampu menepati syarat yang dikenakan oleh pelanggan mereka.

Sebarang perubahan dalam pembelian produk oleh pelanggan akan mempengaruhi rantaian bekalan dan bekalan perniagaan.

Pelanggan pula bukan terhad kepada orang atau pihak yang membeli produk secara langsung. Produk yang dibeli mungkin digunakan oleh pihak ketiga. Contoh, baju dibeli oleh ibu untuk anaknya, atau pihak hospital membeli produk kesihatan bagi kegunaan staf dan pesakit.

Ada pelanggan yang tidak berurusan dengan perniagaan secara langsung, tetapi pandangan serta pilihan mereka memberi kesan terhadap keputusan pembelian produk sesebuah perniagaan.

Selain pihak-pihak yang mempunyai kepentingan komersial dengan perniagaan, ada beberapa pihak lain yang juga mempunyai kepentingan masing-masing secara langsung. Pihak-pihak ini merangkumi badan kerajaan yang menyelia industri, pihak berkuasa yang bertanggungjawab dalam tadbir urus, kewangan, kebajikan pekerja dan kepentingan awam yang lain, pelabur seperti pemegang saham dan institusi kewangan,

serta pihak-pihak lain yang mungkin terkesan dengan operasi perniagaan seperti penduduk setempat.

Perniagaan perlu peka kepada kehendak perundangan seperti pelesenan dan percukaian serta caruman pekerja kepada badan-badan tertentu. Operasi perniagaan perlu mengambil kira kepentingan pekerja, pelabur dan pelbagai pihak lain supaya perniagaan tersebut membawa kesan positif kepada masyarakat secara keseluruhan, di samping membawa pulangan kepada pemegang saham dan pelabur.

Dengan memberi respons yang bersesuaian terhadap isu atau perkara berbangkit daripada pelbagai pihak berkepentingan ini, perniagaan boleh mengurangkan risiko strategik yang mungkin menimbulkan implikasi kepada operasi dan kewangan sekiranya diabaikan begitu sahaja.

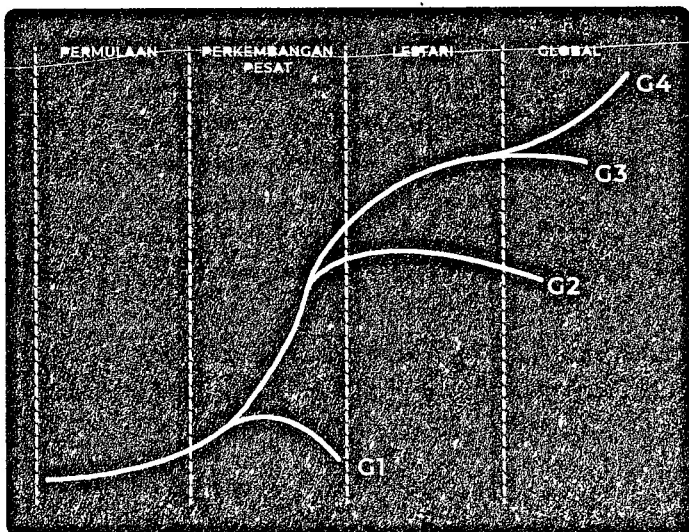
Pihak-pihak berkepentingan ini boleh berubah-ubah mengikut perkembangan sesebuah perniagaan dan industri. Oleh itu, usahawan perlu sentiasa peka dengan perubahan agar tidak terlepas pandang dengan pihak berkepentingan yang baru muncul dan kritikal kepada perniagaannya.

Sebagai contoh, generasi muda gemar dikaitkan dengan perniagaan yang prihatin kepada pemeliharaan alam sekitar disebabkan oleh kesan pemanasan bumi yang semakin ketara. Jadi, bagi menarik mereka sebagai pelanggan mahupun pekerja, aspek pemeliharaan alam sekitar ini tidak boleh diabaikan oleh mana-mana perniagaan.




Tahap Perkembangan Perniagaan

Kompleksiti pentadbiran, pengurusan dan kepimpinan sesebuah perniagaan bergantung kepada tahap perkembangannya.



Fasa pertama ialah fasa permulaan perniagaan. Pada tahap ini, hal yang penting adalah membuktikan bahawa model perniagaan yang dibina boleh dilaksanakan dan nilai yang ditawarkan melalui produk sama ada barangan atau perkhidmatan mendapat sambutan dalam pasaran. Kaedah pengurusan pada peringkat ini lebih kepada kaedah keusahawanan, di mana pengasas perniagaan akan mencuba pelbagai kaedah berdasarkan sumber dan kemampuan yang ada.





Fasa kedua ialah pada tahap perkembangan pesat di mana produk yang ditawarkan mula mendapat sambutan dan saiz jualan meningkat. Apabila fasa ini tercapai, kaedah pengurusan perlu diubah kepada bentuk yang lebih formal. Tanggungjawab mula diagihkan dalam kalangan ahli pasukan secara tersusun dan terancang.

Ahli pasukan yang diberi tanggungjawab perlu mempunyai kemahiran, faham akan peranan masing-masing dan berani membuat keputusan dalam ruang dan fungsi yang dipertanggungjawabkan ke atas mereka.

Fasa ketiga iaitu fasa lestari, adalah apabila perniagaan mula matang dan mempunyai sistem dan proses yang sudah terbukti berkesan. Pada peringkat ini, pengurusan perniagaan secara beransur-ansur dilepaskan kepada pengurusan profesional dan pengasas mengambil kedudukan sebagai pengelola sahaja.

Tahap ini memerlukan proses komunikasi yang berkesan antara pasukan pengurusan dengan ahli lembaga pengarah. Pasukan pengurusan akan mengambil tanggungjawab ke atas elemen-elemen pengurusan, manakala ahli lembaga pengarah akan menjalankan tanggungjawab pentadbiran.

Fasa global adalah apabila perniagaan berkembang dengan pengambilalihan atau penggabungan. Komposisi pemegang saham mula berubah secara ketara. Tadbir urus yang berkualiti dan berkesan amat diperlukan pada peringkat ini.





MINDA CEO

NIK HASYUDEEN

Sudah banyak buku pengurusan yang membincangkan pelbagai ilmu dan aspek perniagaan, tetapi kebanyakannya bertumpu kepada perkara-perkara seperti strategi, operasi, kewangan dan motivasi.

Minda CEO menawarkan perspektif segar dalam membincangkan perkara yang sering difikirkan oleh seorang CEO dalam membuat keputusan yang mempengaruhi prestasi perniagaan.

Pemikiran yang membunyah ini dirumuskan dengan ringkas oleh penulis dengan menggariskan lima minda asas (*mindset*) seorang CEO, supaya perniagaan yang dijalankan benar-benar menyebarkan manfaat kepada organisasi, alam sekitar dan umat seluruhnya.

Naskhah yang wajib dimiliki oleh setiap insan yang bergelar, terlibat atau bercita-cita untuk menjadi seorang usahawan.

Sem. Malaysia RM49
Sabah / Sarawak RM52



ISBN 978-629-7561-32-5



9 786297 561325



PERDANA
LEADERSHIP
FOUNDATION
YAYASAN
KEPIMPINAN
PERDANA