

# BAB 4 BAHAGIAN- BAHAGIAN FUNGSIAN UTAMA DALAM ORGANISASI PERNIAGAAN Bahagian 2

Perniagaan Tingkatan 4 KSSM  
Oleh Cikgu Norazila Khalid  
Smk Ulu Tiram, Johor



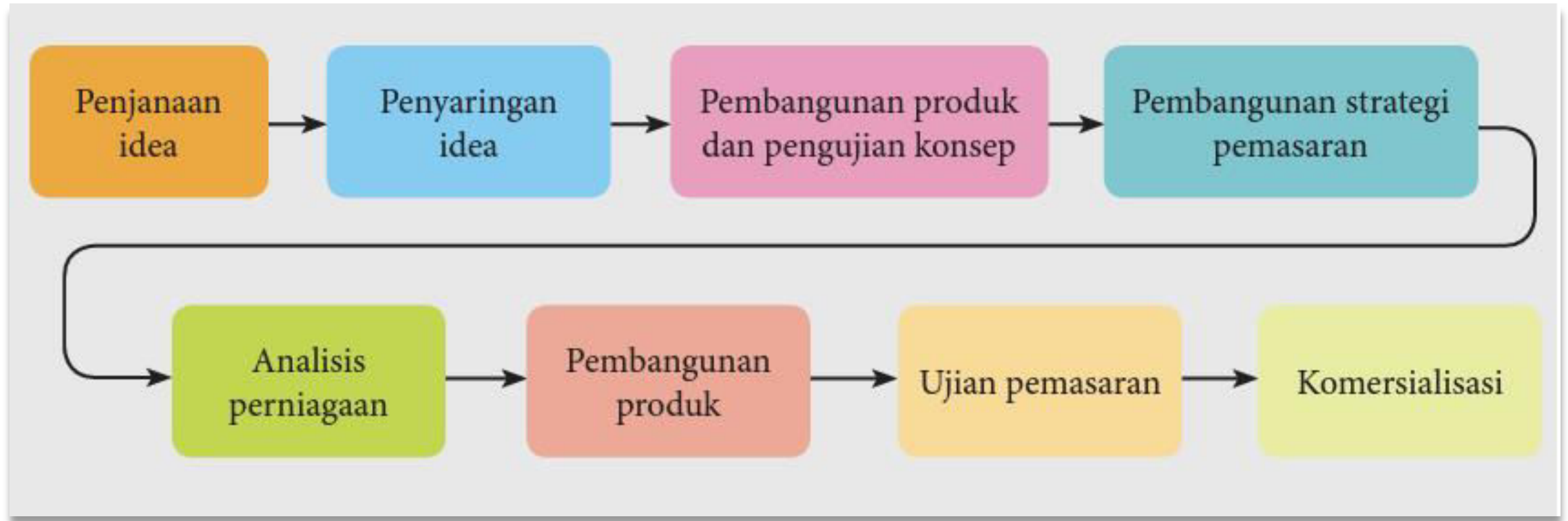
# Pembangunan Produk dan Pasaran Baharu



## Pembangunan Produk dan Pasaran Baharu

- Pembangunan produk merujuk pada suatu aktiviti dan strategi pertumbuhan kepada perniagaan yang sedang dijalankan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk baharu kepada pasaran sedia ada.
- Strategi ini memerlukan kreativiti dan inovasi yang baik untuk menghasilkan produk yang baharu atau mengubah suai produk sedia ada bagi menarik pelanggan dalam pasaran sedia ada.





Langkah-langkah pembangunan produk baharu

# Penjanaan Idea

- Penjanaan idea merupakan proses bagi memenuhi keperluan pasaran. Penjanaan idea ini dibuat carian sistematik untuk idea-idea produk baharu berdasarkan dua jenis sumber utama, iaitu sumber dalaman dan sumber luaran.
- Sumber dalaman merujuk pada penyelidikan dan pembangunan rasmi syarikat sendiri, pengurusan dan kakitangan.
- Manakala sumber luaran merujuk pada sumber-sumber di luar sesebuah syarikat seperti pelanggan, pesaing, pengedar, pembekal dan firma-firma reka bentuk di luar organisasi.



## Penyaringan Idea

- Penyaringan idea merupakan proses mengkaji idea-idea produk baharu untuk memilih yang terbaik dan menggugurkan yang kurang berpotensi secepat mungkin.



## Pembangunan Produk dan Pengujian Konsep

- Pembangunan produk melibatkan pembangunan idea, iaitu idea produk yang berpotensi untuk ditawarkan oleh syarikat sendiri.
- Pengujian konsep melibatkan proses menguji konsep baharu produk dengan kumpulan-kumpulan pengguna sasaran untuk mengetahui sama ada konsep tersebut telah berjaya menarik perhatian mereka.



## Pembangunan Strategi Pemasaran

- Pembangunan strategi pemasaran menerangkan sasaran pasaran, posisi produk yang dirancang, jualan, syer pasaran dan matlamat keuntungan.
- Pembangunan pemasaran ini juga melibatkan strategi harga, produk, pengagihan dan promosi.





# Analisis Perniagaan

- Analisis perniagaan melibatkan kajian semula jualan, kos dan unjuran keuntungan untuk mengetahui sama ada dapat memenuhi objektif syarikat.



## Pembangunan Produk

- Pembangunan produk melibatkan proses mereka bentuk produk daripada idea atau proses pembuatan produk prototaip.



## Ujian Pemasaran

- Ujian pemasaran melibatkan ujian ke atas produk prototaip untuk mengenal pasti penerimaan pengguna terhadap produk yang dibangunkan.



## Komersialisasi

- Komersialisasi melibatkan proses pembuatan sesuatu keputusan berkaitan dengan di mana (where, iaitu tempat), bila (when, iaitu bila), kepada siapa (to whom, iaitu sasaran pasaran), bagaimana (how, iaitu cara promosi dilakukan).



# pembangunan produk

- Dalam pembangunan produk, pekerja saling bekerjasama dengan pereka cipta dalam aktiviti penyelidikan dan pembangunan (R&D).
- Kerjasama ini melibatkan usaha membentuk produk yang boleh diguna pakai dan dikeluarkan dengan harga yang kompetitif serta selamat digunakan.
- Kebanyakan organisasi perniagaan bermatlamat untuk menambah baik dari segi reka bentuk produk dan persembahan secara berterusan.



# Pasaran Baharu

- Strategi pembangunan pasaran merupakan salah satu usaha berkaitan dengan pemasaran strategik yang dilakukan untuk mencari pasaran baharu bagi tujuan memasarkan produk yang sedia ada.



# MARKETING

## Keuntungan Pasaran Baharu

- Pasaran baharu penting bagi menguasai pasaran yang lebih besar dan mengembangkan pasaran sedia ada.
- Selain itu, pasaran baharu akan membantu mewujudkan peluang pasaran serta mengelakkan daripada terlibat dalam pasaran tepu.



## Pasaran domestik

- Strategi yang dijalankan untuk meluaskan pasaran baharu domestik ialah mencari pasaran ke kawasan yang belum diterokai.
- Strategi ini boleh dilakukan dengan menyertai ekspo atau pameran perniagaan yang dilakukan di sesuatu kawasan.





# Pasaran antarabangsa

- Strategi pasaran baharu antarabangsa boleh dibuat melalui aktiviti promosi yang agresif di pasaran yang menjadi tumpuan.
- Selain itu, perniagaan boleh menyertai rundingan yang aktif melalui hubungan dua hala, usaha sama dan pameran ke luar negara.



# Pasaran antarabangsa

- Setiap perniagaan berusaha menjadikan produk sentiasa unik berbanding pesaing mereka.
- Kemajuan teknologi telah mewujudkan transformasi kepada pasaran dunia.
- Pasaran baharu turut dipengaruhi oleh pelbagai faktor seperti teknologi, polisi kerajaan dan perubahan persekitaran.
- Pasaran antarabangsa dapat dibentuk melalui kerjasama erat yang dijalinan dengan semua pihak termasuk pihak kerajaan dan organisasi perniagaan.

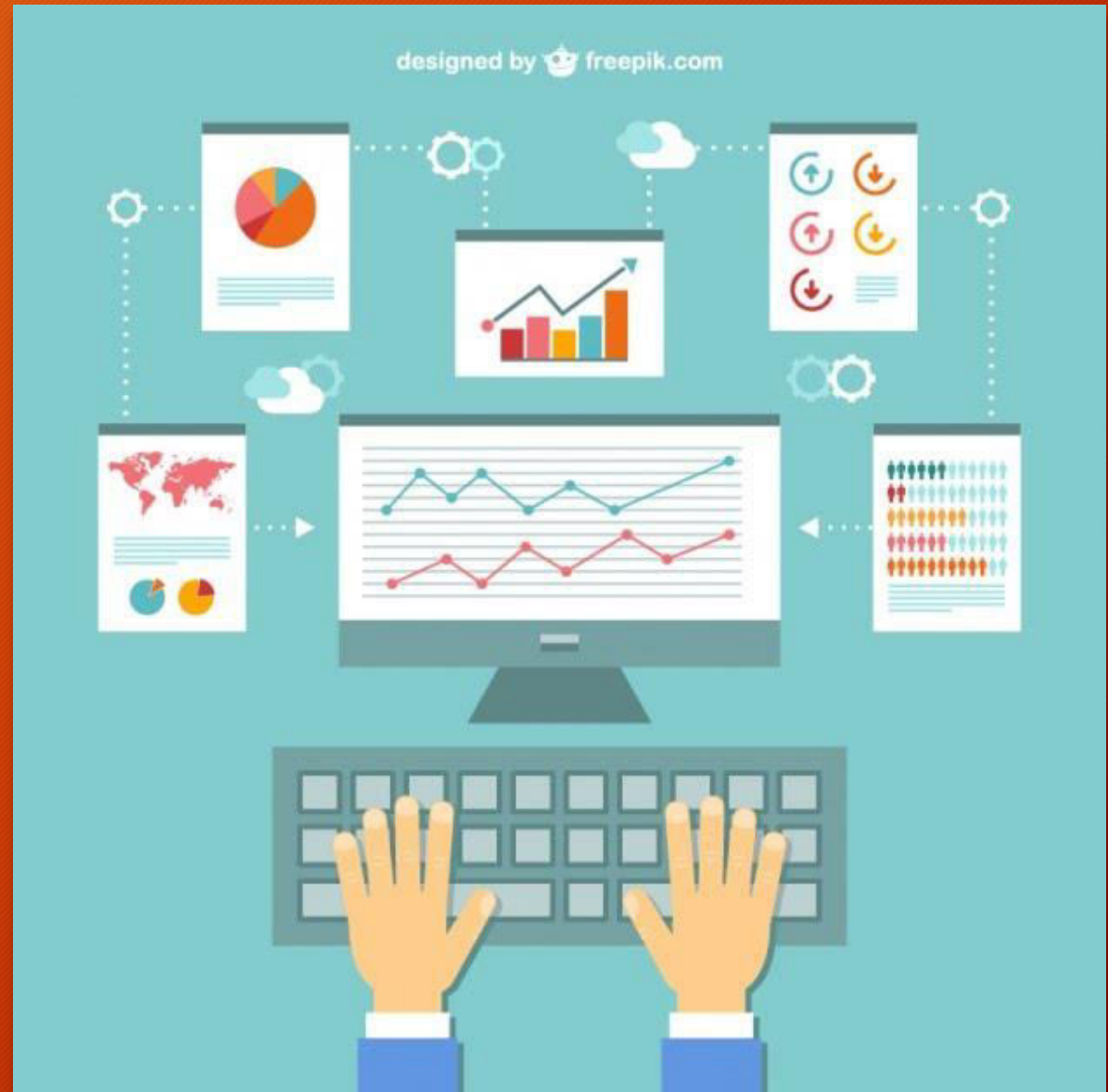


# Penggunaan Teknologi Maklumat



## Penggunaan Teknologi Maklumat

- Penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi (Information and Communication Technology- ICT) merupakan salah satu proses pengaliran, penyebaran, pemprosesan dan penyimpanan maklumat menggunakan perantaraan teknologi.
- Pada masa ini, ICT diperlukan untuk pemprosesan data.



# Penggunaan Teknologi Maklumat

- Teknologi maklumat pada masa ini merangkumi teknologi pengkomputeran dan telekomunikasi yang telah menjadi suatu keperluan kepada setiap perniagaan dalam menjalankan dan melancarkan aktiviti perniagaan.
- Ledakan kemajuan teknologi maklumat dan komunikasi yang semakin berkembang pada masa ini telah mencetuskan pelbagai fenomena yang memberi ruang dan peluang kepada perkembangan perniagaan.



# Tujuan penggunaan teknologi maklumat

- Membantu memudahkan sistem operasi
- Memperoleh maklumat dengan mudah dan cepat
- Memperluas skop perniagaan
- Memudahkan aktiviti kewangan dan perakaunan



# Tujuan penggunaan teknologi maklumat

- Menjadikan operasi perniagaan lebih efektif dan efisien
- Meluaskan pasaran perniagaan
- Mewujudkan hubungan dan jaringan yang lebih luas
- Mempercepatkan sistem pengeluaran dan pengedaran



# Membantu memudahkan sistem operasi

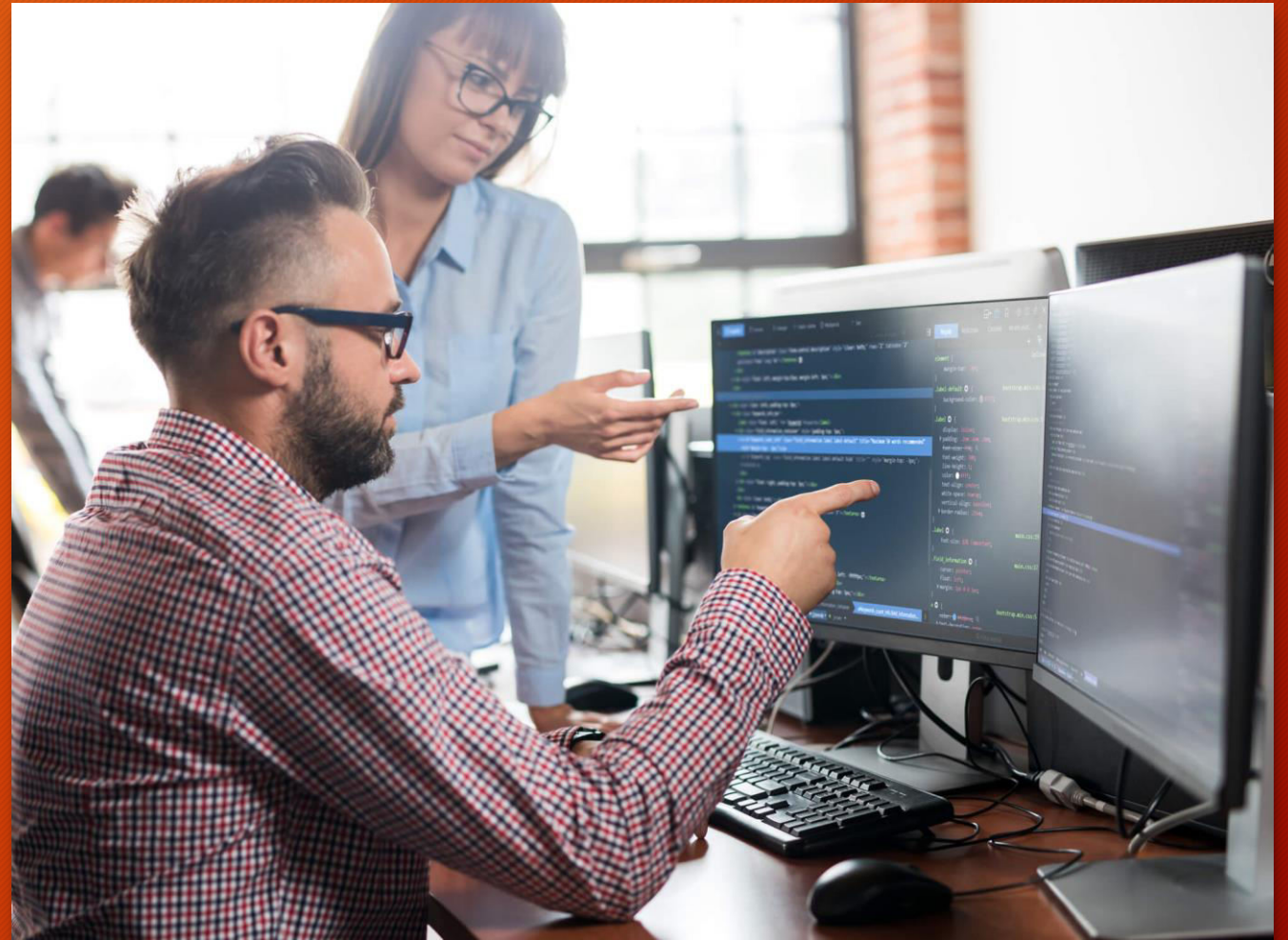
- Teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) dapat membantu organisasi perniagaan membuat keputusan, menyesuaikan diri dengan perubahan yang berlaku serta meningkatkan komunikasi dalam organisasi.
- ICT juga membolehkan urusan menjadi lebih cekap, berkesan, mudah dan cepat.





Memperoleh maklumat dengan mudah dan cepat

- Organisasi perniagaan berupaya untuk mencari dan memperoleh maklumat yang diperlukan daripada pelbagai sumber melalui ICT.
- Hal ini seterusnya memudahkan dan mempercepatkan proses penjanaan idea dalam sesuatu perbincangan.



# Memperluas skop perniagaan

- Kewujudan ICT telah membolehkan organisasi perniagaan meluaskan skop perniagaan daripada berurusan secara fizikal kepada secara maya.
- Hal ini seterusnya membolehkan organisasi mendapat jumlah pelanggan yang lebih ramai meliputi jaringan di seluruh dunia.



# Memudahkan aktiviti kewangan dan perakaunan

- Melalui rangkaian teknologi maklumat, aktiviti kewangan dan perakaunan dapat dijalankan dengan lebih mudah, cepat, tepat dan berkesan.
- Hal ini disebabkan oleh kewujudan pelbagai perisian yang membantu memastikan ketepatan dalam pengiraan dan kemasukan data.



Menjadikan operasi  
perniagaan lebih efektif dan  
efisien

- Penggunaan ICT membantu anggota organisasi menguruskan organisasi perniagaan dengan lebih baik, membuat keputusan berdasarkan maklumat yang tepat dan membantu dalam meningkatkan kelebihan persaingan dalam kalangan pesaing.



# Meluaskan pasaran perniagaan

- Pasaran perniagaan dapat diperluas ke tahap global melalui kemajuan teknologi maklumat tanpa sempadan.
- Kelebihan ini membolehkan perniagaan memaksimumkan keuntungan.





Mempercepatkan sistem pengeluaran dan pendedaran

- Penggunaan ICT membantu memastikan proses pengeluaran dipantau secara lebih sistematik.
- Hal ini seterusnya membantu mempercepatkan operasi pengeluaran dan pendedaran barang.



# Aplikasi Teknologi Maklumat dalam Perniagaan

- e-pemasaran
- e-dagang
- e-government
- e-banking
- Penggunaan laman sosial
- Penggunaan e-mel





## e-pemasaran

- e-pemasaran merupakan satu kaedah yang digunakan oleh perniagaan memasarkan produk keluaran secara dalam talian (online).
- Kaedah ini memberi kemudahan kepada pelanggan untuk mengetahui maklumat berkaitan dengan barang dan boleh membuat tempahan dengan segera.



## e-dagang

- e-dagang ialah suatu sistem urusan perniagaan berkaitan dengan tempahan, pembelian dan pembayaran dilakukan secara dalam talian (online).
- Penggunaan kaedah ini membolehkan perniagaan mendapat faedah dalam peningkatan hasil jualan kerana memudahkan pekerja memenuhi kehendak pelanggan dengan segera dan secara berterusan tanpa henti



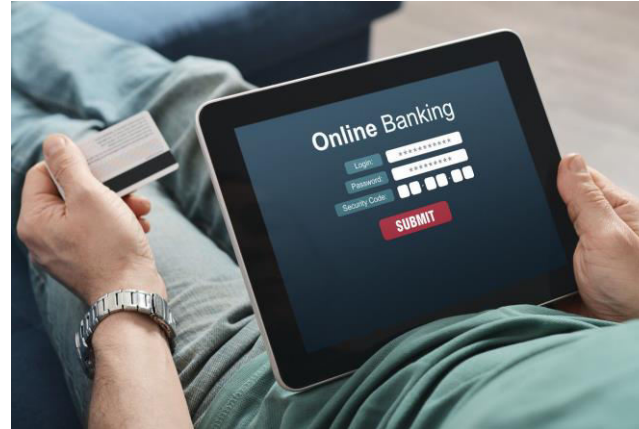
## e-government

- Pihak perniagaan menggunakan secara dalam talian (online) untuk sebarang urusan perniagaan yang melibatkan pihak kerajaan seperti kementerian dan jabatan kerajaan.
- Urusan pihak perniagaan dengan pihak kerajaan akan menjadi lebih cepat, menjimatkan kos dan telus.



# e-banking

- e-banking merupakan suatu sistem urusan perniagaan yang melibatkan perbankan dengan menggunakan urusan dalam talian (online) dengan pihak bank.
- Faedah yang diperolehi ialah urusan perbankan menjadi lebih cepat dan menjimatkan kos seperti membayar bil, membuat pelaburan, menyemak baki akaun dan urusan keluar masuk duit.



# Penggunaan laman sosial

- Pihak perniagaan boleh membuat perkongsian urusan perniagaan dengan pelanggan melalui laman sosial.
- Manfaat yang diperolehi dengan menggunakan kemudahan laman sosial adalah seperti dapat mengiklankan barang atau perkhidmatan, meluaskan rangkaian rakan perniagaan, mencari pelanggan baharu dan mengekalkan pelanggan sedia ada.



# Penggunaan laman sosial

- Pihak perniagaan boleh membuat perkongsian urusan perniagaan dengan pelanggan melalui laman sosial.
- Manfaat yang diperolehi dengan menggunakan kemudahan laman sosial adalah seperti dapat mengiklankan barang atau perkhidmatan, meluaskan rangkaian rakan perniagaan, mencari pelanggan baharu dan mengekalkan pelanggan sedia ada.



# Penggunaan e-mel

- Perniagaan boleh menggunakan mel elektronik untuk berurusan dengan perniagaan-perniagaan lain dan pelanggan dalam pasaran.
- Melalui kemudahan e-mel pada masa ini, pihak perniagaan boleh menyampaikan maklumat perniagaan kepada pihak pelanggan dengan cepat dan menjimatkan kos perniagaan.



# Hubungan dan Interaksi antara Bahagian Fungsian Lain





# Hubungan dan Interaksi antara Bahagian Fungsian Lain

- Dalam sesebuah organisasi perniagaan, tiada bidang fungsian yang boleh bekerja secara berasingan.
- Kebiasaannya, setiap bahagian fungsian saling bergantung dan memerlukan antara satu sama lain



# Tujuan Interaksi dengan Organisasi Luar

- Tujuan interaksi dilakukan dengan organisasi luar adalah untuk mewujudkan komunikasi antara perusahaan dengan organisasi luar seperti pihak pembekal, pembiaya, pelabur, agensi kerajaan dan pelanggan.



# Keuntungan Interaksi dengan Organisasi Luar

- mewujudkan jaringan perniagaan
- mengukuhkan hubungan baik sedia ada
- menjalin kerjasama strategik
- menambahkan sumber perniagaan



# mewujudkan jaringan perniagaan

- Interaksi dengan organisasi luar dapat membantu perniagaan mewujudkan jaringan perniagaan ke tahap yang lebih baik.
- Jaringan yang bertambah akan membantu mengukuhkan sistem operasi dan kelangsungan perniagaan dalam pasaran.



## mengukuhkan hubungan baik sedia ada

- Interaksi yang wujud dengan organisasi luar akan membantu mengukuhkan hubungan baik yang sedia ada ke tahap yang lebih baik.
- Hubungan yang semakin baik akan membantu peningkatan dalam pencapaian matlamat perniagaan.



## menjalin kerjasama strategik

- Interaksi dengan organisasi luar juga bertujuan untuk meningkatkan jalinan kerjasama antara perniagaan dengan perniagaan lain yang berpotensi untuk menjalinkan kerjasama strategik.



## menambahkan sumber perniagaan

- Interaksi dengan organisasi luar akan membolehkan perniagaan menambahkan potensi sumber perniagaan seperti pembekalan bahan mentah, pembiayaan dan kepakaran.



## Hubungan dan Interaksi dengan Organisasi Luar

- Interaksi dengan pembekal
- Interaksi dengan pelanggan
- Interaksi dengan bank
- Interaksi dengan agensi kerajaan





# Interaksi dengan pembekal

- Interaksi berlaku apabila perniagaan membuat tempahan atau membuat pembelian dengan pihak pembekal.
- Pihak peniaga akan menghubungi pembekal untuk menetapkan jumlah tempahan dan jumlah pembayaran yang perlu dibuat.
- Interaksi yang baik dan berkesan akan memudahkan proses urus niaga.
- Hal ini seterusnya memberi pelbagai kelebihan kepada peniaga termasuk mendapat harga yang murah dan penghantaran yang cepat dan berkualiti.



# Interaksi dengan pelanggan

- Interaksi akan berlaku apabila sesebuah perniagaan menjalankan urusan niaga dengan menjual barang atau perkhidmatan kepada pelanggan.
- Kebiasaannya, pelanggan akan menghubungi peniaga sekiranya berminat untuk membeli barang atau perkhidmatan yang ditawarkan.



# Interaksi dengan pelanggan

- Pada masa yang sama, peniaga juga turut menghubungi dan mendekati pelanggan bagi mempengaruhi mereka untuk membeli barang atau perkhidmatan yang dikeluarkan oleh perniagaan.



## Interaksi dengan bank

- Interaksi berlaku apabila perniagaan ingin mendapatkan bantuan pembiayaan kewangan daripada pihak bank.
- Kebiasaannya, pihak bank akan meneliti kemampuan sesebuah perniagaan untuk berdaya saing dalam pasaran dan membayar balik pinjaman.



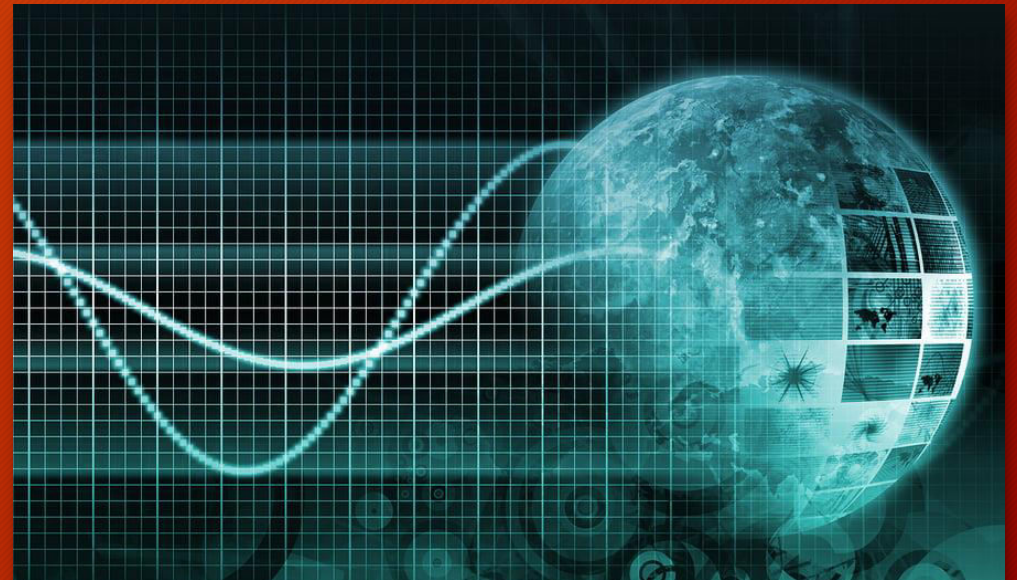
## Interaksi dengan agensi kerajaan

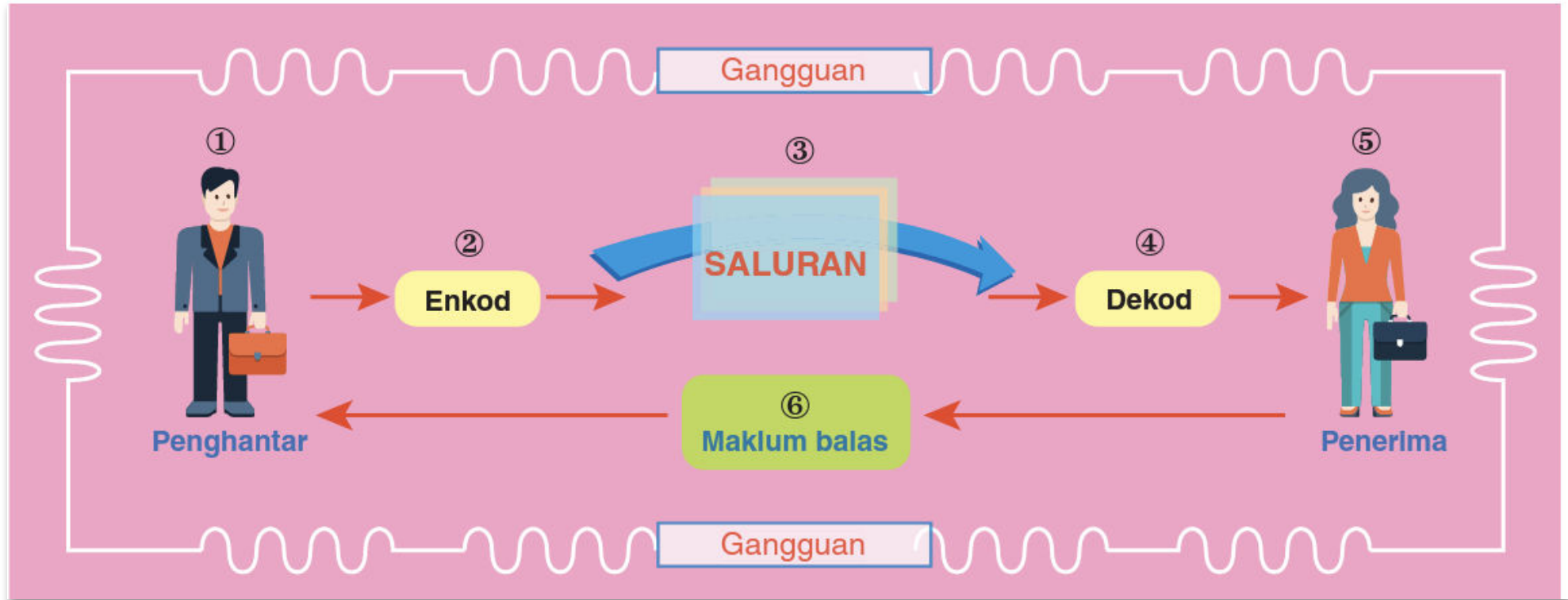
- Interaksi berlaku apabila perniagaan ingin mendapatkan sesuatu kelulusan daripada pihak kerajaan.
- Selain itu, urusan tender juga akan mewujudkan interaksi antara peniaga dengan pihak kerajaan.



# Aliran Maklumat

- Aliran maklumat merupakan suatu proses komunikasi yang melibatkan aktiviti pemindahan maklumat daripada sesebuah organisasi perniagaan kepada perniagaan lain.
- Dalam proses komunikasi, penerima maklumat harus menerima maksud yang sama sebagaimana yang dirancang dan diingini oleh penghantar maklumat.
- Maklumat yang diterima tersebut akan diterjemahkan oleh penerima.





# Proses komunikasi

# Penghantar

- Penghantar akan mencipta maklumat daripada pencetusan idea.
- Contoh: Ketua eksekutif Proton akan memberi maklumat kepada semua pengurus cawangan dan pengurus bahagian yang terlibat.
- Selain itu, pengurus pemasaran ingin memberi taklimat strategi pemasaran untuk keluaran baharu, iaitu Proton Perdana.



**PROTON**



# Enkod (encode)

- Proses enkod melibatkan pengolahan terhadap sesuatu idea sedia ada seperti dalam bentuk tulisan, gambar dan pertuturan agar dapat difahami penerima maklumat tersebut dengan mudah.
- Contoh Pengurus pemasaran Proton menggunakan tayangan video dan gambar bagi menerangkan strategi pemasaran yang boleh digunakan untuk menembusi pasaran baharu.



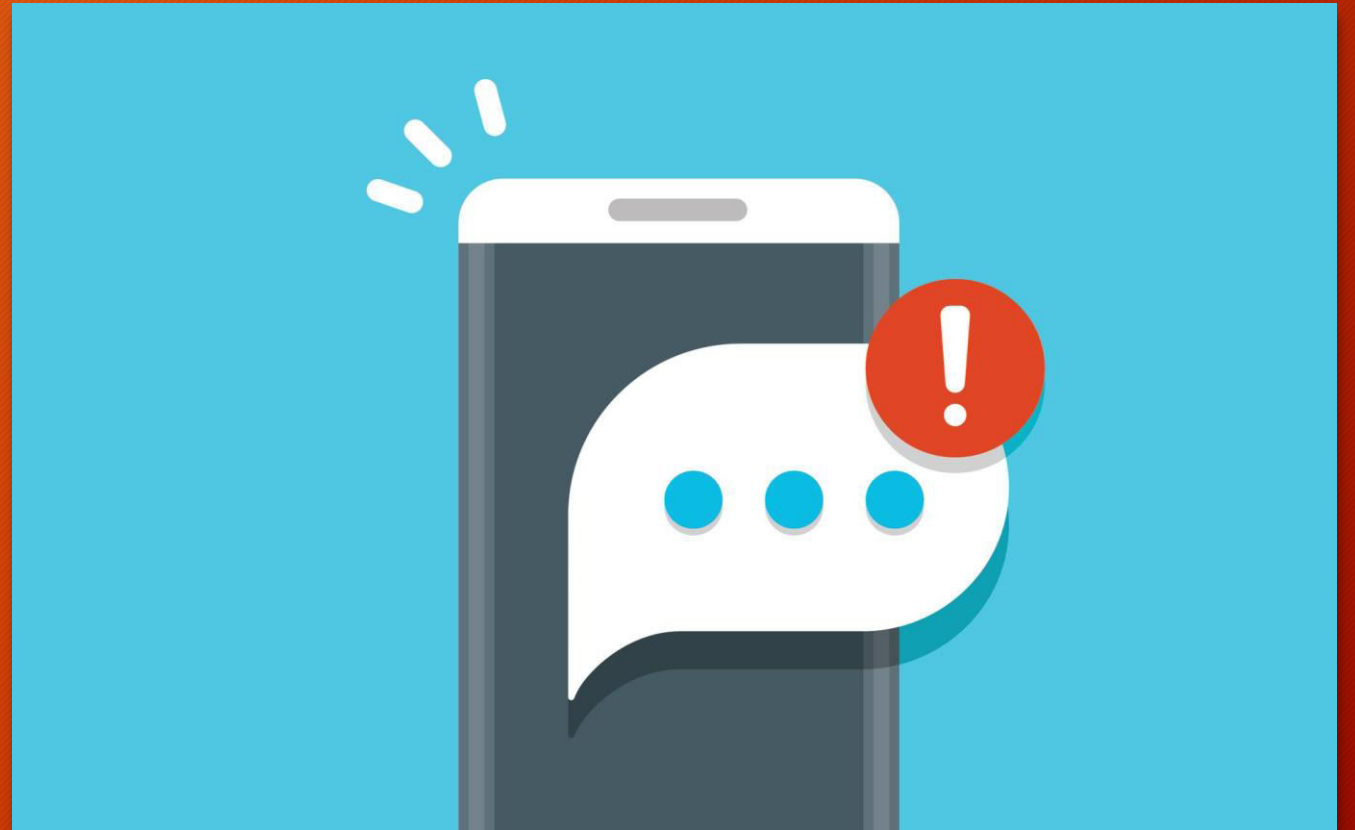
# Saluran

- Saluran ialah suatu kaedah yang digunakan untuk menghantar mesej.
- Penghantar akan memilih jenis saluran yang sesuai untuk menyampaikan mesej tersebut kepada penerima
- Saluran media yang digunakan boleh terdiri daripada gabungan antara audio, visual dan bertulis.
- Contoh:: Pengurus pemasaran Proton boleh menggunakan peralatan media dengan gabungan teknik audio dan visual



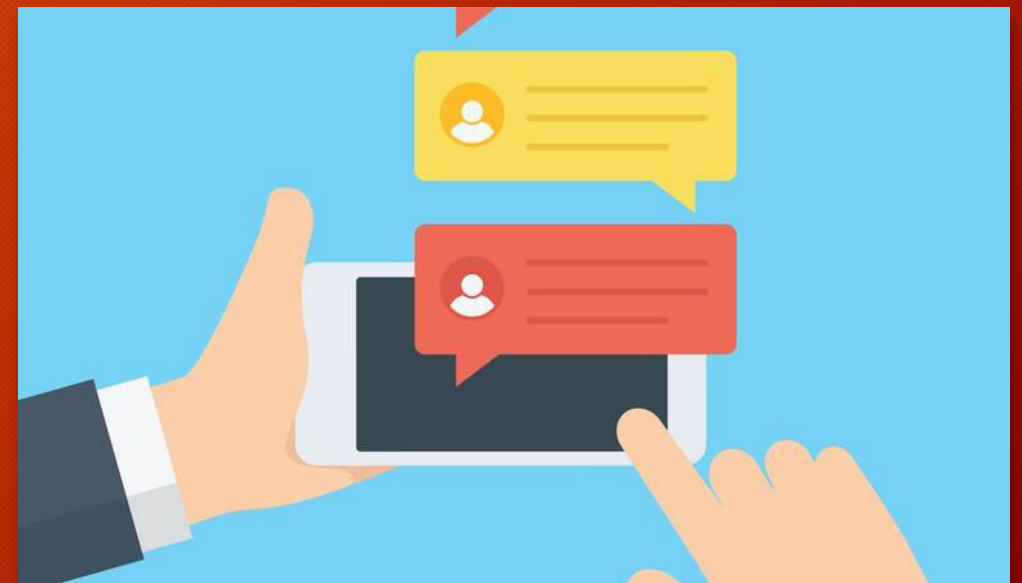
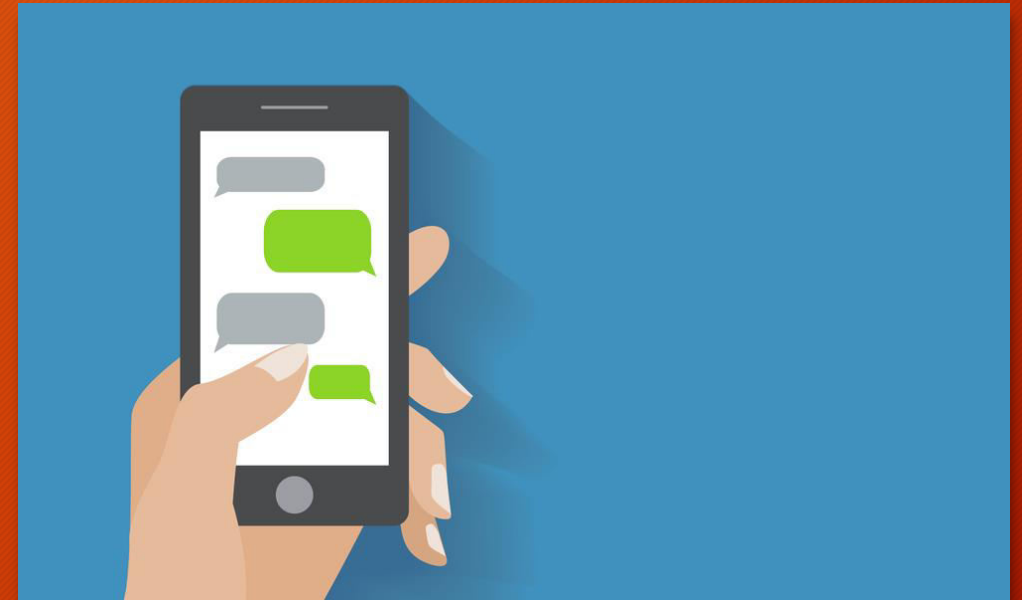
## Dekod

- Dekod ialah satu proses pihak penerima menterjemahkan mesej yang dihantar oleh penghantar.
- Selepas menerima mesej, penerima akan menterjemahkan mesej tersebut mengikut kefahamannya.



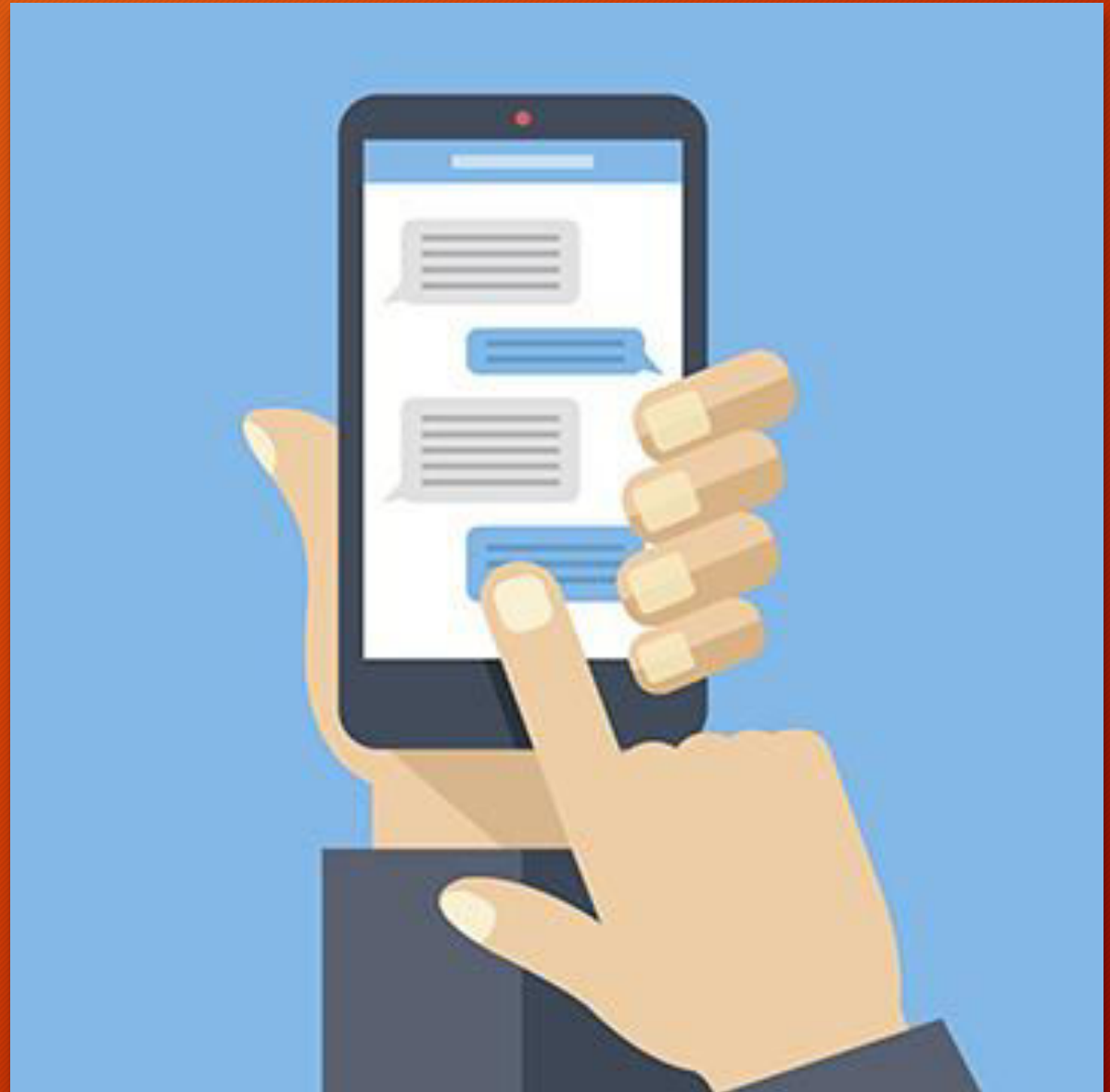
# Contoh Dekod

- Penerima maklumat yang dihantar oleh pengurus pemasaran ialah penyelia jualan dan jurujual.
- Penerima maklumat berusaha memahami maksud mesej dan penerangan yang disampaikan oleh pengurus pemasaran Proton tentang strategi pemasaran untuk menembusi pasaran baharu.



## Penerima

- Penerima ialah pihak yang menerima mesej yang dihantar oleh penghantar.
- Penerima akan menterjemahkan mesej yang diterima berdasarkan pengalaman, budaya, dan latar belakang keluarga atau pendidikan.
- Peringkat ini akan menentukan sama ada maklumat disampaikan secara berkesan atau tidak berkesan.



# Contoh Penerima

- Penyelia pemasaran dan jurujual Proton yang menerima dan memahami maksud mesej yang disampaikan oleh pengurus pemasaran Proton tentang strategi menembusi pasaran baharu.



## Maklum balas

- Maklum balas merujuk pada tindak balas penerima terhadap mesej yang diterima.
- Setiap maklum balas yang diterima adalah penting untuk mengukur tahap keberkesanan proses komunikasi dan memastikan maksud mesej yang dihantar oleh penghantar sama dengan maksud mesej yang diterima oleh penerima.



# Maklum balas

- Maklum balas boleh diberi dalam bentuk tulisan atau kata, isyarat badan atau memek muka.
- Melalui pemberian maklum balas oleh penerima, penghantar mesej dapat mengenal pasti sama ada maksud mesej yang ingin disampaikan dapat difahami penerima dengan sepenuhnya, atau hanya sebahagian sahaja atau maksud mesej gagal difahami.





# Contoh Maklum balas

- Bengkel dan perbincangan yang dilakukan oleh penyelia pemasaran dan jurujual Proton dapat memberi maklumat kepada pengurus pemasaran sama ada strategi pemasaran yang disampaikan dapat difahami oleh pihak penerima.



# Gangguan

- Gangguan merujuk pada unsur luaran yang mempengaruhi proses komunikasi.
- Gangguan wujud daripada pelbagai aspek termasuk persekitaran.



## Aliran Barang dan Perkhidmatan

- Aliran barang dan perkhidmatan merujuk pada suatu proses pemindahan barang atau perkhidmatan daripada sesebuah perniagaan kepada perniagaan yang lain.
- Tujuan aliran barang dan perkhidmatan adalah untuk memudahkan dan melancarkan proses pemindahan barang mengikut prosedur yang telah ditetapkan oleh sesebuah organisasi perniagaan.





Aliran barang atau perkhidmatan dalam  
sesebuah perniagaan

Wujudkan Katalog dan Diedarkan  
(Bahagian fungsian pemasaran dan  
bahagian fungsian jualan)

- Bahagian pemasaran perlu membuat katalog yang mengandungi maklumat yang berkaitan dengan jenis barang atau perkhidmatan dan harga yang ditawarkan
- Katalog hendaklah diedarkan kepada pihak pengguna yang disasarkan dan berkemampuan membeli
- Contoh Katalog yang mengandungi senarai peralatan sukan dan harga setiap jenis peralatan sukan diedarkan kepada semua badan-badan sukan dan sekolah.



## Penerimaan Pesanan daripada Pengguna (Bahagian fungsian jualan)

- Pihak pengguna yang berminat dengan barang atau perkhidmatan serta harga yang telah ditetapkan dalam katalog akan membuat pesanan mengikut jumlah dan item yang dipersetujui.
- Pesanan ini akan diterima oleh unit jualan di bahagian pemasaran untuk tindakan selanjutnya.
- Contoh Pihak sekolah membuat pesanan peralatan sukan yang dipersetujui berdasarkan item dan harga dalam katalog kepada bahagian fungsian jualan.



Jadual Pengeluaran yang Dipersetujui  
(Bahagian fungsian jualan dan bahagian  
fungsian pengeluaran)

- Pihak jualan di bahagian pemasaran akan memberikan maklumat berkaitan dengan pesanan yang telah dipersetujui kepada bahagian pengeluaran untuk tujuan menghasilkan setiap barang atau perkhidmatan yang telah ditetapkan.
- Bahagian pengeluaran akan menyenaraikan sumber yang diperlukan untuk mengeluarkan barang dan perkhidmatan yang telah dirancang.



Contoh Jadwal Pengeluaran yang Dipersetujui (Bahagian fungsian jualan dan bahagian fungsian pengeluaran)

- Pihak pengeluaran akan menentukan jumlah sebenar keperluan sumber untuk menghasilkan peralatan sukan yang telah dipersetujui oleh pihak sekolah.





## Pesanan Bahan Mentah (Bahagian fungsian pembelian)

- Unit pembelian di bahagian pengeluaran hendaklah membuat pesanan membeli bahan mentah yang mencukupi dalam proses menghasilkan barang atau perkhidmatan yang telah diadualkan sebelum ini.
- Contoh : Bahagian pembelian menyenaraikan keperluan bahan mentah untuk menghasilkan peralatan sukan berdasarkan persetujuan dengan pihak sekolah.



## Penerimaan Invois Pembekal dan Pembayaran (Bahagian fungsian kewangan)

- Bahagian kewangan akan membuat pembayaran kepada pihak pembekal yang membekalkan bahan mentah kepada perniagaan.
- Pengaliran wang keluar akan berlaku daripada perniagaan kepada pihak pembekal.
- Contoh Perniagaan menerima bekalan bahan mentah daripada syarikat pembekalan peralatan sukan dan membayar wang kepada pembekal berdasarkan pesanan bahan mentah



Penghantaran Invois kepada Pembeli dan Penerimaan Bayaran (Bahagian fungsian kewangan)

- Bahagian kewangan menghantar invois kepada pelanggan yang mengandungi senarai barang dan jumlah bayaran yang perlu dibayar oleh pihak pengguna.
- Pihak pengguna perlu membayar sejumlah wang kepada perniagaan berdasarkan invois seperti pesanan yang dibuat oleh pihak pengguna sebelum itu.



## Contoh Penghantaran Invois kepada Pembeli dan Penerimaan Bayaran (Bahagian fungsian kewangan)

- Bahagian kewangan menghantar invois kepada pihak sekolah untuk menuntut bayaran.
- Pihak perniagaan menerima pembayaran daripada pihak sekolah yang telah memesan peralatan sukan sebelum itu.



**Interaksi dan  
Perkaitan antara  
Bahagian Fungsian  
dalam Dua  
Perniagaan  
Berlainan**



## Interaksi dan Perkaitan antara Bahagian Fungsian dalam Dua Perniagaan Berlainan

- Bahagian fungsian yang terdapat dalam sesebuah organisasi perniagaan adalah berbeza antara satu sama lain mengikut saiz perniagaan yang dijalankan.
- Walau bagaimanapun, setiap bahagian fungsian dalam sesebuah organisasi perniagaan perlu berinteraksi dengan bahagian fungsian perniagaan yang lain bagi melancarkan aktiviti perniagaan.



# Interaksi antara Perniagaan

- Perniagaan Kecil
- Perniagaan Besar



## Perniagaan Kecil

- Perniagaan kecil mempunyai bahagian-bahagian fungsian yang sedikit.
- Setiap bahagian fungsian ini akan berinteraksi secara formal dan tidak formal.
- Staf yang terlibat dalam bidang jualan mengetahui pelanggan yang manakah yang membayar bil mereka serta merta dan yang manakah masih berhutang.
- Pengurus mudah menjalankan tugas memantau aktiviti staf.
- Pertanyaan daripada pelanggan dapat diselesaikan dengan segera.





# Perniagaan Besar

- Perniagaan besar mempunyai banyak bahagian fungsian dan mempunyai lebih ramai staf.
- Proses komunikasi menjadi lebih panjang dan mengambil masa yang lama.
- Hubungan komunikasi yang baik antara pengurus dengan pekerja dalam setiap bahagian fungsian adalah sangat penting.



# Perniagaan Besar

- Perniagaan memerlukan maklumat dan sokongan daripada bahagian-bahagian fungsian yang berkaitan supaya perniagaan tersebut dapat beroperasi dengan lancar dan berkesan.



| Perniagaan Kecil  | Interaksi   | Perniagaan Besar  |
|---|---|---|
| <b>Bahagian Fungsian Jualan</b>   |   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahagian Jualan berhubung dengan pelanggan tanpa melalui bahagian pengeluaran.</li> <li>• Bahagian Jualan turut melaksanakan fungsi Bahagian Pembelian mengikut jumlah permintaan yang dibuat oleh pelanggan.</li> </ul> | <p>Perniagaan kecil akan menghubungi perniagaan besar bagi meluaskan pasaran sedia ada kepada pasaran yang lebih besar.</p> <p>Manakala perniagaan besar akan menghubungi perniagaan kecil bagi menambah dan mengukuhkan pasaran sedia ada.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahagian Jualan harus mengetahui jadual pengeluaran dan tarikh penghantaran pesanan yang telah dipersetujui dengan bahagian pengeluaran.</li> <li>• Bahagian Jualan akan memaklumkan Bahagian Pembelian bahan dan kuantiti yang diperlukan.</li> </ul> |

| Perniagaan Kecil  | Interaksi  | Perniagaan Besar  |
|---|--|---|
| <b>Bahagian Fungsian Kewangan</b>   |  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahagian Kewangan mengeluarkan invois dalam pembelian barang atau perkhidmatan.</li> <li>• Bahagian Kewangan mengawasi urusan pembayaran gaji dan pembelian bahan mentah.</li> </ul> | <p>Perniagaan kecil akan menghubungi perniagaan besar bagi memastikan setiap bayaran telah diterima tanpa masalah.</p> <p>Manakala perniagaan besar akan menghubungi perniagaan kecil bagi memastikan setiap bayaran dibuat mengikut perjanjian.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahagian Kewangan mesti peka terhadap setiap pergerakan barangan supaya invois boleh dikeluarkan.</li> <li>• Bahagian Kewangan mengawasi perbelanjaan dan pencapaian sasaran kewangan dalam setiap jabatan.</li> </ul> |

| Perniagaan Kecil  | Interaksi   | Perniagaan Besar   |
|---|---|--|
| <b>Bahagian Fungsian Sumber Manusia</b>   |   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahagian Kewangan menguruskan hal ehwal gaji dan bonus.</li> <li>• Bahagian Sumber Manusia hanya melaksanakan tugas mengambil pekerja atau staf baharu.</li> </ul> | <p>Perniagaan kecil akan menghubungi perniagaan besar bagi mengenal pasti kaedah pengurusan sumber manusia.</p> <p>Manakala perniagaan besar akan menghubungi perniagaan kecil bagi membantu mengurus sumber manusia dengan baik.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahagian Pengurusan Sumber Manusia dan Kewangan akan berhubung berkenaan dengan gaji</li> <li>• Pengurusan sumber manusia mengendalikan kekosongan pekerjaan dan peluang kenaikan pangkat.</li> </ul> |

| Perniagaan Kecil  | Interaksi  | Perniagaan Besar  |
|---|--|---|
| <b>Bahagian Fungsian Khidmat Pelanggan</b>                              |  |   |
| <p>Khidmat pelanggan dilaksanakan kepada pelanggan terpilih sahaja.</p> | <p>Perniagaan kecil akan menghubungi perniagaan besar bagi mempelajari kaedah mengurus pelanggan dengan baik.</p> <p>Manakala perniagaan besar akan menghubungi perniagaan kecil bagi membantu membentuk teknik pengurusan pelanggan berskala kecil.</p> | <p>Khidmat pelanggan harus menghantar maklum balas daripada pelanggan yang boleh memberi kesan kepada perkembangan barangan atau jualan masa hadapan.</p> |

| Perniagaan Kecil   | Interaksi   | Perniagaan Besar  |
|--|---|---|
| <b>Bahagian Fungsian Pentadbiran</b>   |   |   |
| <p>Bahagian Pentadbiran terlibat dalam hampir setiap urusan yang dijalankan oleh perniagaan.</p> | <p>Perniagaan kecil akan menghubungi perniagaan besar bagi mempelajari sistem pentadbiran yang baik.</p> <p>Manakala perniagaan besar akan menghubungi perniagaan kecil bagi memastikan sistem pentadbiran yang baik digunakan dalam urusan perniagaan.</p> | <p>Bahagian Pentadbiran terlibat apabila maklumat diperlukan dan apabila mesyuarat antara jabatan dijalankan.</p> |

TAMAT

