

# Manfaat ilmu pemasaran jadi usahawan kopi kisar

» Produk Coffeeland tembusi pasaran Indonesia, Filipina, Pakistan, Kemboja dan Singapura

Oleh Haryani Ngah  
aryani@bh.com.my

**B**erpegang kepada prinsip belajar bukan semata-mata untuk lulus tetapi perlu mempraktikkan ilmu yang dipelajari, menjadi asas kepada kejayaan Pengarah Urusan Coffeeland Sdn Bhd, Adli Wong Mohd Hassan dalam bidang perniagaan.

Sambil menyifatkan seseorang yang belajar tetapi tidak tahu memanfaatkan ilmu dipelajari adalah sia-sia, membuatkan pemilik syarikat penyedia kopi ais kisar (ice blended coffee) itu sentiasa menerokai peluang bagi memastikan perniagaannya terus berkembang maju.

Sebagai seorang yang optimis, Adli memulakan perniagaan seawal usia 23 tahun. Beliau hanya bekerja makan gaji selama enam bulan sahaja selepas menamatkan pengajian dalam Diploma Pemasaran seterusnya membantu bapa saudaranya dalam perniagaan air soya dan tebu.

Dengan hanya bermodalkan RM2,000 pada tahun 1998, Adli memulakan langkahnya dalam perniagaan kopi ais kisar yang ketika itu masih asing di Malaysia.

"Semasa saya memulakan perniagaan, keadaan ekonomi negara ketika itu sedang merosot. Saya memilih untuk menjalankan perniagaan ini kerana saya melihat ia mempunyai potensi besar pada masa akan datang.

"Sebelum memulakan perniagaan ini saya lihat kopi ais kisar hanya dijual di restoran mewah dan ia adalah minuman untuk gaya hidup. Malah kafe kopi ais kisar jenama antarabangsa yang terkenal ketika ini masih belum memasuki pasaran Malaysia," kata usahawan berusia 40 tahun itu.

Adli berkata, selain melihat produk itu mempunyai potensi untuk dikembangkan, beliau juga mahu melihat kopi ais kisar dapat dinikmati ramai orang bukan hanya golongan tertentu saja.

Biarpun permulaan perniagaannya agak perlahan tetapi beliau percaya minuman itu akan mendapat tempat dan menjadi kesukaan ramai pada masa akan datang.

## Terima pengiktirafan 'National Mark'

Dalam mengembangkan perniagaannya, Adli berterima kasih kepada SME Corp. Malaysia yang banyak membantu memberi khidmat nasihat terutama untuk mengembangkan perniagaan ke luar negara.

Syarikat Coffeeland mendapat pengiktirafan *National Mark of Malaysia Brand (National Mark)* yang memudahkannya menarik perhatian pelanggan.

Pengiktirafan *National Mark* berkenaan juga memudahkan syarikat menyertai promosi perdagangan tempatan dan antarabangsa serta aktiviti pengiklanan dan promosi yang dianjurkan oleh Permadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE).

"Ketika mula-mula SME Corp. Malaysia minta saya ikut rombongan ke luar negara saya bimbang tetapi dengan galakan yang diberikan itu membuka peluang untuk saya melebarkan perniagaan ke luar negara.

"Pertama kali mengikuti rombongan ke luar negara iaitu ke Hong Kong pada tahun 2008, saya berjaya mendapat pengedar di Indonesia dan Filipina," katanya.

Sehingga kini Coffeeland berjaya mengembangkan produknya ke lima negara iaitu Indonesia, Filipina, Pakistan, Kemboja dan Singapura.

## Kemunculan kafe terkenal beri rahmat

Cita cita Adli untuk melihat produknya berkembang maju menjadi kenyataan selepas tahun 1998 apabila muncul beberapa rangkaian kafe yang terkenal menjual pelbagai minuman berasaskan kopi dan bukan kopi.

Keadaan ini memberi hikmah buat Adli, kerana pelanggan sudah mula kenal produk kopi ais kisar.

"Saya merasakan ini adalah masa yang betul bagi saya memperkenalkan produk ini dan permintaan terhadap kopi ais kisar meningkat dari hari ke hari. Peringkat awal saya hanya menjalankan aktiviti jualan saja. Untuk memulakan perniagaan ini dua alat pertama yang saya beli adalah kad nama dan mesin faks.

"Saya menjalankan aktiviti perniagaan di rumah sahaja dan selepas itu baru menyewa peja-



Adli Wong bersama sebahagian daripada produk minuman keluaran syarikatnya, di Puchong.

[ FOTO KAMARULZAMAN ARIFFIN / BH ]



“  
Saya memilih untuk menjalankan perniagaan ini kerana melihat ia mempunyai potensi besar pada masa akan datang”

Adli Wong  
Mohd Hassan,  
Pengarah Urusan  
Coffeeland Sdn Bhd

bat,” katanya.

Sebelum memiliki premis sendiri di Bandar Puteri, Puchong, Adli berkata, beliau berpindah randa sebanyak tujuh kali. Selain pejabat, Adli turut mempunyai sebuah kilang yang terletak di Puchong, Selangor.

Premis perniagaan yang dibeli tiga tahun lalu memudahkan Adli untuk menjalankan urusniaga.

## Titik beratkan kualiti produk

Coffeeland tidak mempunyai restoran tertentu atau kiosk menjual kopi, sebaliknya, syarikat itu adalah penyedia kopi ais kisar dan minuman kepada industri makanan dan minuman yang membabitkan rangkaian restoran ternama tanah air.

Coffeeland juga tidak hanya menyediakan produk minuman dan peralatan membancuh tetapi turut memberi latihan kepada barista daripada restoran atau kafe yang menjadi pelanggannya.

Pelanggannya tidak hanya membabitkan industri makanan dan minuman dalam negara tetapi turut mengeksport ke luar negara.

"Dalam menjalankan produk berasaskan minuman, kualiti produk sangat dititik beratkan. Produk keluaran Coffeeland mempunyai sijil ISO dan memperoleh Sistem Analisis Bahaya dan Titik Pengendalian Kritikal (HACCP)

dan paling penting kami mempunyai persijilan halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM).

"Dengan sijil ini membolehkan Coffeeland mengeksport produk ke luar negara," katanya.

Selain berjaya menembusi perniagaan ke luar negara, Adli merasakan perniagaannya berada di landasan yang betul dengan meraih beberapa anugerah seperti Anugerah Kecemerlangan Industri dalam kategori Jenama Dagangan Antarabangsa anjuran Matrade pada tahun 2009 dan beberapa anugerah seperti Anugerah 50 Enterprise Terbaik 2011, sijil, 1 innocert 2012, Asia Honesty Award 2013 dan SME Rising Star Award 2014.

Terdapat lebih 30 jenis produk kopi dan bukan kopi yang dijenamakan dalam enam kategori berbeza seperti Java Blenz (serbuk kopi untuk kegunaan kopi ais kisar), Tropicaland (serbuk perisa buah-buahan untuk kegunaan pembuatan smoothies), Teazan (produk teh), Moak Coffee (biji kopi yang telah dipanggang), 1883 (sirap untuk menambah perasa seperti sirap karamel, sirap koktail dan sebagainya) dan Mabroc (teh uncang) dibekalkan oleh Coffeeland kepada pengusaha hotel, kafe dan restoran, kopitiam, stesen minyak serta peniaga makanan dan minuman di seluruh Asia.