



Datuk Yusof Taiyob

Saudagar Kurma Pulau Pinang

“KALAU awak orang tua, sudah pasti awak akan menemui ajal,” terang seorang doktor kepada Yusof setelah mengalami batuk berdarah kerana terlalu tertekan dengan kehidupannya. Hal ini berlaku demikian apabila usaha yang dilakukan pada masa itu masih tidak berjaya, malah berterus-terusan menemukan kegagalan. Perniagaan yang dirancang hampir semuanya menemukan jalan buntu!

Risiko adalah antara cabaran yang harus diharungi oleh seseorang yang bergelar usahawan. Mahu tidak mahu, risiko yang datang tidak kira kecil atau besar mesti dihadapi dengan penuh kebijaksanaan. Oleh sebab itu, Datuk Yusof Taiyob, 51 tahun, harus berbangga dengan kejayaannya pada hari ini kerana berjaya menerobos ruang risiko yang cukup mencabar sehingga bergelar jutawan kurma.

Yusof Taiyob, jenama yang tidak asing lagi dan dikenali hampir semua penduduk di negara ini. Hal ini dikatakan demikian kerana menjelang Ramadan sahaja, nama Yusof Taiyob akan terpapar di skrin, berkumandang di corong radio dan memenuhi dada akhbar tempatan.

“Alhamdulillah, berkat kesabaran dan kesungguhan saya serta dibantu oleh ahli keluarga,

inilah hasil dan pencapaian yang diperoleh setelah hampir 30 tahun bergelulang dalam dunia perniagaan,” ujar Datuk Yusof yang memulakan perniagaan kurma pada tahun 1988. Mengimbas kembali liku-liku yang dihadapi sebelum berjaya menemukan “cinta” hatinya, iaitu perniagaan yang berasaskan kurma, Datuk Yusof pernah menjalankan perniagaan minyak wanggi yang dihasilkan sendiri.

Malangnya, seperti kata pepatah, “disangka panas hingga petang, tetapi hujan di tengah hari”. Perniagaan kecil-kecilan yang diusahakannya sejak berusia 19 tahun gagal menembusi pasaran. Lebih mencabar, beliau mendapat cemuhan daripada masyarakat. Datuk Yusof yang nekad tidak mahu bekerja makan gaji terus mencuba produk lain, seperti mengedar bunga safron, biji gajus, makanan kering dan rempah-ratus, namun hal yang sama turut berlaku - kegagalan.

Sehinggalah pada suatu hari, Datuk Yusof terfikir untuk menjadi pembekal kurma. Walaupun menyedari wujud persaingan pada waktu tersebut, Datuk Yusof yakin dengan pengalaman yang dimiliki serta strategi pemasaran yang bakal dijalankan mampu menyaingi produk sedia ada di pasaran.

“Saya merancang strategi pemasaran yang cukup teliti kerana tidak mahu gagal untuk sekian kalinya dengan mengutamakan kualiti yang terbaik serta menawarkan harga yang mampu dimiliki masyarakat,” jelas Datuk Yusof yang mengimport kurma dari Iran pada awal perniagaannya.

Kemuncaknya, perniagaan yang direncanakan dengan cukup teliti dan rapi itu berjaya membawa pulangan yang cukup menguntungkan, malah di luar jangkaan Datuk Yusof akan penerimaan penggemar kurma. Kini produk Yusof Taiyob bukan sahaja berada di pasaran tempatan, malah mempunyai lebih 3000 rangkaian pengedar dan di eksport hingga negara jiran, seperti Thailand, Indonesia, Brunei dan Singapura.

Syarikatnya juga mengimport antara 200 hingga 300 pelbagai jenis makanan yang berasaskan kurma, minyak zaitun, kacang dal dan rempah-ratus



yang merangkumi 30 buah negara, termasuklah Amerika Syarikat, Iran, Dubai, Afrika Utara dan Arab Saudi. Ternyata produk berasaskan kurma merupakan tunjang utama kejayaan syarikat milik Datuk Yusof kerana sehingga kini lebih daripada 10 jenis kurma keluaran syarikatnya mendapat permintaan yang cukup tinggi. Antara jenis kurma keluaran Yusof Taiyob Sdn. Bhd. yang mendapat sambutan termasuklah Rotab Bam, Safia, Mariami, Safina, Ajwa, Jewel, Ajmal dan Anbara.

“Musim paling banyak buah kurma berbuah adalah pada bulan Ogos, September dan Oktober. Kurma ada tiga jenis, iaitu *khalal* (kurma muda), *thamar* (kurma kering) dan *rotab* (kurma madu),” kata Yusof yang turut menamakan jenama kurma keluaran syarikatnya bersempena nama anak-anak perempuannya, iaitu Waseem, Safia dan Safina.

Setelah jenama Yusof Taiyob stabil dalam pasaran tempatan, Datuk Yusof mengembangkan pasaran kurmanya hingga peringkat antarabangsa. Oleh sebab permintaan yang terus meningkat, Datuk Yusof terpaksa mendapatkan sumber dari pelbagai negara di Timur Tengah, seperti Tunisia, Oman, Iran, Afrika Selatan, Arab Saudi, Mesir, dan Jordan bagi menampung jumlah permintaan.

Malah yang lebih menggembirakan Datuk Yusof ialah apabila beliau dapat merealisasikan impiannya dengan terbina kilang canggih yang mencecah RM20 juta.

“Kilang ini mampu menempatkan 700 kontena stok makanan sejuk dan kering pada satu-satu masa,” kata Datuk Yusof yang menerima pingat kebesaran daripada Yang Dipertua Negeri Pulau Pinang, Tun Abdul Rahman Abbas, pada tahun 2002 yang membawa gelaran Datuk.

Ceritanya lagi, permintaan kurma menjelang Ramadan dan Aidilfitri menunjukkan graf yang cukup tinggi. Pada musim perayaan sahaja, kira-kira 3000 tan metrik pelbagai jenis kurma terjual di seluruh negara, sekali gus menyumbang kepada peningkatan kira-kira 30 peratus jumlah jualan bulanan.

Walaupun sibuk membekal lebih daripada 100 produk makanan dan 35 jenis kurma, Datuk Yusof tidak pernah meminggirkan mereka yang kurang bernasib baik. Bagi Datuk Yusof, golongan inilah yang harus dijaga dan dibela kerana rezeki yang dimilikinya pada hari ini turut ada hak dan bahagiannya untuk golongan tersebut.

“Saya rasa seronok dan gembira apabila dapat membantu mengurangkan beban mereka. Kegembiraan mereka merupakan tanda syukur saya kepada Allah SWT. Harus diingatkan bahawa bersedekah hasil daripada rezeki yang dikurniakan oleh-Nya tidak akan mengurangkan rezeki kita, malah rezeki bertambah-tambah lagi,” kata Datuk Yusof.

Demikianlah kisah usahawan yang berasal dari George Town, Pulau Pinang ini, daripada seorang penjual minyak wanggi yang tidak mempunyai apa-apa pencapaian yang membanggakan kini sudah bergelar jutawan kurma.

“Usahawan muda harus menilai tahap kemampuan diri dan jangan terlalu gelojoh untuk mencapai kejayaan. Bukan senang hendak senang dan tiada jalan pintas untuk kecapai kebahagiaan,” pesan Datuk Yusof. ●

Pada musim perayaan sahaja, kira-kira 3000 tan metrik pelbagai jenis kurma terjual di seluruh negara.



Control No: 0000274803

Pg: 26-27

File Name: MA/business/2016/Bus 2016 A03.pdf