

ABU SAMAH

KEDAI KOPI

NO.3-SPG-DURIAN

ABU SAMAH
KEDAI KOPI
NO.3-SPG-DURIAN

RICHIAMO®
COFFEE

Muhammad Zamzy Abu Samah

Richiamo Coffee Sdn. Bhd., pemilik rangkaian Richiamo Coffee di seluruh negara telah dianugerahkan Brand of The Year 2022 – World MuslimPreneuer yang menghargai usahawan serta jenama milik perniagaan orang Islam di Malaysia. Pengiktirafan tersebut merupakan anugerah tertinggi yang diberikan kepada Richiamo Coffee sejak mula beroperasi pada tahun 2015. Pemilihan Richiamo Coffee membuktikan jenama tempatan juga mampu bersaing dengan jenama lain yang telah lama bertapak dalam industri.

Ikuti wawancara sidang editor *Dewan Ekonomi* (DE) dengan Pengarah Urusan Kumpulan Richiamo Coffee Sdn. Bhd., Muhamad Zamry Abu Samah yang berkongsi kisah kejayaan beliau melalui Richiamo Coffee dan harapan beliau untuk menjadi syarikat nombor satu dalam rangkaian kedai kopi serta kekal relevan kepada masyarakat.

DE: Bolehkah tuan kongsi tentang latar belakang syarikat?

Muhamad Zamry Abu Samah: Syarikat Richiamo Coffee Sdn. Bhd. ditubuhkan pada tahun 2015 hasil daripada kajian yang dibuat terlebih dahulu sebelum memulakan perniagaan ini. Kami telah mendapat tempat untuk memulakan perniagaan di Universiti Utara Malaysia (UUM), Sintok, Kedah. Oleh itu, kami membuat tinjauan dari segi keperluan untuk memulakan perniagaan ini kerana di universiti mempunyai had dalam perbelanjaan. Sebagai contoh, kami menjual kopi kapucino panas dengan harga RM6.00. Penawaran harga yang rendah ini merupakan satu cabaran kepada kami kerana pelanggan kami ialah pelajar. Hasil tinjauan kami mendapati perniagaan ini berkemungkinan boleh berjaya kerana UUM mempunyai 20,000 orang pelajar. Jangkaan kami ialah pelajar akan membelanjakan sekitar RM10.00 dalam satu hari. Konsepnya ialah pelajar hanya akan minum air bancuhan segera dengan biskut pada

waktu pagi, kemudian mereka akan makan tengah hari dan seterusnya makan malam. Hal ini bermakna daripada 20,000 orang pelajar, sebanyak RM200,000.00 boleh diperolehi melalui perniagaan di dalam kampus. Jadi, kami membuat keputusan bahawa perniagaan ini boleh dilakukan dan berpotensi untuk berjaya.

Kafe kedua yang kami buka terletak di Universiti Islam Antarabangsa Malaysia (UIAM) Gombak, Selangor dan ketiga di Universiti Teknologi Malaysia (UTM), Kuala Lumpur. Kafe di situ berbeza dari kafe di universiti yang lain kerana pelajar di situ tidak ramai. Hal ini demikian kerana kampus induknya terletak di Skudai, Johor. Oleh itu, kedudukan kafe di UTM Kuala Lumpur berada di luar kampus bagi menarik orang ramai di sekitar kawasan tersebut seperti kakitangan Kementerian Pertahanan Malaysia (MINDEF), Lembaga Kemajuan Tanah Persekutuan (FELDA) dan Pusat Latihan Polis Malaysia (PULAPOL).

Selepas itu, barulah kami memasuki pasaran sebenar di luar kampus yang menumpukan lokasi di rumah

kedai, taman perumahan, bangunan kerajaan seperti hospital dan juga stesen minyak yang mempunyai lorong pandu lalu. Pada masa ini, kami juga mempunyai kafe di bangunan Parlimen Malaysia dan balai ketibaan Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur (KLIA) 2. Jikalau sebelum ini kami bermula di kampus universiti, tetapi sekarang kami mula mengubah sasaran lokasi ke tempat premium yang boleh menarik lebih banyak pengunjung. Sebagai contoh, kami berhasrat membuka kafe di Kuala Lumpur Sentral (KL Sentral) dan di sepanjang Lebuh Raya Utara Selatan. Insya-Allah, kami berharap dapat membuka kafe di semua lokasi bermula dari universiti, rumah kedai, taman perumahan, pejabat kerajaan dan hab pengangkutan awam. Sebagai contoh, yang terdekat kami akan membuka kafe di Terminal Bersepadu Gombak.





DE: Bolehkah tuan kongsi-kan tentang asal usul nama Richiamo Coffee?

Muhamad Zamry Abu Samah:

Sebelum ini saya merupakan pemain dalam industri permotoran dan memiliki pengalaman lebih 30 tahun dalam industri tersebut. Saya mendapat idea nama ini sewaktu bekerja dengan syarikat NAZA. Pada ketika itu, saya selalu berkunjung ke Itali kerana terlibat dengan pameran permotoran dan sebagainya. Pada waktu itu, saya menanam impian untuk membuka kedai kopi setelah melihat suasana di sana. Namun begitu, nama pertama yang dicetuskan pada awal perancangan pembukaan kedai bukanlah nama sekarang. Antara nama yang pernah dicadangkan pada peringkat awal termasuklah Cici, Dollaris, Stellah dan Fredo. Pada akhirnya, nama Richiamo dipilih yang bermaksud “memikat” dan istilah itu sesuai dengan “kopi memikat” yang ditawarkan oleh kami untuk “memikat” para pelanggan. Nama ini merupakan nama yang sesuai

untuk diketengahkan sehingga ke peringkat global.

DE: Bolehkah tuan kongsi-kan tentang cabaran ketika memulakan perniagaan ini?

Muhamad Zamry Abu Samah:

Ketika membuka kafe yang pertama, kami berhadapan dengan cabaran besar dari segi faktor kewangan dan masa. Untuk menyiapkan kafe yang pertama, kami mengambil tempoh antara lapan bulan hingga sembilan bulan. Pada masa itu, kami mengeluarkan modal hampir RM180 ribu menggunakan duit simpanan untuk merealisasikan cita-cita dan perancangan tersebut. Alhamdulillah, sekarang ini penyata kewangan Richiamo Coffee Sdn. Bhd. yang berakhir pada tahun lepas mencatatkan pendapatan yang diperoleh sebanyak RM24 juta.

Sebenarnya kami mempunyai dua konsep perniagaan dengan cawangan Richiamo Coffee yang diberi lesen dan kami hanya memiliki beberapa buah cawangan. Berdasarkan pendapatan keseluruhan kumpulan Richiamo Coffee, kami memperoleh sebanyak RM120 juta. Dari segi tawaran pekerjaan kepada industri, kami telah menggajikan lebih kurang 1500 orang pekerja di semua rangkaian kafe.

DE: Bagaimanakah perkembangan syarikat dalam pasaran ekonomi ketika ini?

Muhamad Zamry Abu Samah:

Pada permulaan pembukaan perniagaan ini, saya mempunyai rakan kongsi dengan saya mempunyai kepentingan dalam syarikat yang paling banyak. Sekarang ini, saya memiliki lebih kurang 80 peratus kepentingan dalam syarikat dan selebihnya dimiliki oleh rakan kongsi saya yang memiliki kekuatan dalam bidang pemasaran dan pembuat kopi. Perasmian cawangan baharu kafe yang ke-210 telah dilaksanakan pada 12 Julai 2024, kafe yang ke-211 pada 22 Julai 2024 di Hulu Langat, malah kami



RICHIAMO® COFFEE



turut merancang untuk membuka kafe baharu yang ke-212 di Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE), Kuala Lumpur.

DE: Apakah perancangan syarikat selepas ini terutama di pasaran luar Malaysia?

Muhamad Zamry Abu Samah:

Kami sememangnya mempunyai perancangan untuk melebarkan perniagaan dengan membuka kafe di luar Malaysia. Saya baru sahaja pulang dari Bangkok bersama-sama delegasi Misi Perdagangan Francais yang diketuai oleh Menteri Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP), iaitu YB Datuk Ewon Benedick. Kami berada di sana selama lima hari untuk meneroka peluang perniagaan yang ada dan berpeluang melawat beberapa francais berjaya seperti LaundryBar yang mempunyai 300 rangkaian kedai di seluruh Thailand.

Kami turut melawat Cafe Amazon yang merupakan jenama kopi berasal dari

Nama Richiamo dipilih yang bermaksud “memikat” dan istilah itu sesuai dengan “kopi memikat” yang ditawarkan oleh kami untuk “memikat” para pelanggan.

Thailand dan mempunyai 4000 rangkaian di seluruh dunia seperti di Vietnam dan Kemboja. Dalam kesempatan itu, kami juga melawat kilang syarikat itu yang menghasilkan biji kopi sendiri dengan memprosesnya dalam bentuk campuran kering. Selain itu, kami juga melawat gudang yang menjadi pusat penghantaran dan hal ini membuka minda kami untuk membuka perniagaan seperti syarikat itu yang mempunyai keluasan kilang seluas 79 ekar.

Sasaran itu merupakan sesuatu yang kami perlu capai, namun kami faham bahawa syarikat itu telah beroperasi selama 22 tahun, manakala kami baru beroperasi selama lapan tahun. Walau bagaimanapun, kami bersyukur kerana telah mencapai tahap sekarang dengan pembukaan pusat penghantaran dan kilang yang memproses biji kopi campuran kering serta mempunyai dapur pusat sendiri.

DE: Apakah inisiatif yang diambil oleh syarikat untuk memantapkan produk yang ditawarkan sekarang?

Muhamad Zamry Abu Samah:

Dalam sesuatu perniagaan, perkara asas yang perlu ada ialah kita perlu berada pada aras yang sama dengan pesaing. Jika boleh, kita perlu berada pada kedudukan lebih tinggi daripada mereka. Kelebihan Richiamo Coffee ialah satu rangkaian kedai yang menawarkan kopi bersama-sama makanan berat dan kami berada pada kedudukan yang pertama. Pesaing lain menawarkan kopi, kek pastri

dan sedikit menu pasta tetapi Richiamo Coffee menawarkan kopi, kek pastrri, pasta dan yang paling istimewa ialah makanan Malaysia seperti asam pedas, patin tempoyak, daging masak hitam, daging salai, siput sedut dan daging dendeng. Kami juga mempunyai menu istimewa yang diminta secara khas oleh DYTM Tuanku Raja Muda Perlis, iaitu daging kurma Perlis. Pelanggan tidak perlu bersusah payah pergi ke sesuatu lokasi untuk mendapatkan setiap menu kerana kami telah menawarkannya di semua rangkaian kafe milik kami. Tawaran ini merupakan satu tarikan kepada pelanggan. Oleh itu, kafe kami sebenarnya memenuhi cita rasa untuk semua pelanggan dalam pelbagai peringkat umur bermula dari kanak-kanak hingga orang dewasa. Oleh sebab itu, kita dapat melihat

Richiamo Coffee menawarkan kopi, kek pastrri, pasta dan yang paling istimewa ialah makanan Malaysia seperti asam pedas, patin tempoyak, daging masak hitam, daging salai, siput sedut dan daging dendeng.

golongan seperti orang kampung memenuhi kafe kami di kawasan luar bandar dan situasi ini tidak dapat dilihat kepada pesaing lain.

DE: Apakah perbezaan kopi yang ditawarkan oleh Richiamo Coffee dengan kopi pesaing lain?

Muhamad Zamry Abu Samah: Sebenarnya kopi ini mempunyai beberapa segmen. Sebagai contoh, ada pelanggan yang menyatakan kopi yang ditawarkan oleh kami tidak sedap. Objektif kami sebenarnya adalah untuk menasaskan pasaran besar yang melibatkan 33 juta orang rakyat Malaysia. Oleh itu, kopi kami mempunyai pelbagai campuran dengan orang kebanyakan boleh menikmatinya kerana tidak terlalu pahit dan juga khusus untuk penggemar yang mahu mengenali kopi kami. Namun begitu, sudah pasti ada dalam kalangan peminat kopi yang tidak menggemari kopi kami kerana tidak cukup perasa bagi pandangan mereka. Pihak kami telah mengenal pasti maklum balas itu dan menangannya dengan menawarkan pilihan dua jenis kopi sama ada perisa biasa (regular) atau kuat. Oleh itu, tawaran ini akan memberikan lebih pilihan kepada pelanggan kami yang terdiri daripada pelbagai latar belakang.

DE: Bolehkah tuan kongsi tentang biji kopi yang digunakan oleh Richiamo Coffee?

Muhamad Zamry Abu Samah: Kami menggunakan biji kopi Arabica yang diproses untuk menjadi jenama kami yang diambil daripada beberapa buah negara seperti Brazil, Indonesia dan Colombia. Kami memprosesnya dengan mencampurkannya berdasarkan peratusan tertentu. Setiap kopi dari negara tertentu mempunyai pelbagai tahap kafein. Jadi, kami perlu





mengenal pasti sasaran pasaran kami supaya mereka boleh menerima produk yang ditawarkan.

DE: Apakah cabaran yang digunakan oleh syarikat ketika memulakan perniagaan ini dan strategi untuk mengekalkannya?

Muhamad Zamry Abu Samah: Cabaran untuk memulakan syarikat tidak mudah bagi saya tetapi kami menawarkan peluang perniagaan kepada orang ramai secara pelesenan. Setiap pemilik rangkaian kedai kami ialah orang yang berlainan jadi kami memerlukan pemilik atau pengusaha kedai yang praktikal kerana ini merupakan perniagaan runcit dan setiap wang yang dibelanjakan adalah sangat bermakna. Untuk mengekalkan jenama ini, kami perlu mempunyai

inovasi. Sebagai contoh, trend semasa menunjukkan pelanggan suka akan minuman coklat, jadi kami perlu mengikut arus perubahan itu supaya kami tidak ketinggalan. Di samping itu, majoriti masyarakat suka akan penggunaan aplikasi, jadi kami baru saja melancarkan aplikasi terkini pada 1 Julai 2024. Kami tidak mahu ketinggalan dalam aspek teknologi kerana kami boleh melakukan bermacam-macam perkara dengan aplikasi ini walaupun pada peringkat awal kami tidak memperkenalkan pelbagai fungsi. Misalnya, untuk permulaan kami memperkenalkan program penarafan pelanggan dengan memberikan poin pada setiap kali pelanggan membuat pembelian. Pelanggan boleh menebus mata ganjaran itu dengan mendapatkan air percuma, kemeja-T dan

sebagainya. Pada peringkat seterusnya, kami boleh menawarkan fungsi e-wallet dengan menawarkan pembelian menggunakan aplikasi tersebut. Aplikasi itu juga membolehkan kami menghubungi pelanggan jika kami membuat promosi dan sebagainya.

DE: Apakah masalah paling besar yang pernah Richiamo Coffee hadapi?

Muhamad Zamry Abu Samah: Masalah paling besar yang dihadapi oleh kami dan juga syarikat lain adalah jika kekurangan kakitangan, kami tidak akan dapat mencapai sasaran. Untuk meletakkan seseorang itu pada tempat yang betul bukan sesuatu yang mudah. Kami perlu melatih dan membina mereka untuk menyokong syarikat kerana kita tidak akan mampu membuat semua perkara seorang diri. Dalam erti kata lain, kita perlu berkongsi dengan orang lain

dalam melakukan sesuatu. Untuk melakukan subsidiari pun kita memerlukan orang yang mahir dalam bidang tersebut. Begitu juga untuk bersaing pada peringkat global, kita perlu mematuhi segala syarat yang ada di negara tersebut dan hal ini melibatkan proses yang panjang. Sekarang ini kami telah bermula dengan penyertaan dalam pameran di Melbourne untuk memasarkan jenama kami. Hal ini demikian kerana pasaran di sana mempunyai permintaan yang tinggi terhadap makanan Malaysia. Langkah seterusnya, pada November ini, kami akan pergi ke Dubai untuk mengintai peluang perniagaan di sana.

DE: Apakah slogan atau rukun budaya korporat yang diamalkan oleh tuan untuk memacu kejayaan syarikat?

Muhamad Zamry Abu Samah: Kami menekankan kualiti dan perkhidmatan kerana Richiamo Coffee menawarkan tiga elemen kepada pelanggan. Satunya ialah produk seperti minuman, makanan dan lain-lain yang dijual di kedai

kami. Keduanya ialah suasana kerana pelanggan kami akan datang ke kedai dengan objektif tertentu seperti untuk bermesyuarat. Sebagai contoh, sekitar kafe kami di Kolej Poly-Tech MARA Kuala Lumpur (KPTM) terdapat pelbagai kedai makanan segera lain tetapi sekiranya melibatkan mesyuarat, pelanggan pasti

Kami sering menghantar kakitangan untuk menyertai pelbagai latihan dan program pengukuhan kerja berpasukan. Kami juga memberikan latihan khusus kepada pekerja berdasarkan skop kerja mereka.

akan mencari kafe kerana mereka suka akan suasana di kafe. Perkara ketiga ialah kami perlu menjaga hati pelanggan dan mengambil serius maklum balas untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan kami. Sebagai contoh, kalau makanan sedap tetapi perkhidmatan yang ditawarkan tidak bagus, pelanggan tidak akan berkunjung untuk kali yang kedua dan seterusnya, sebaliknya kalau makanan tidak sedap tetapi kami menerima komen mereka dengan positif untuk penambahbaikan, pelanggan pasti akan berkunjung lagi ke kafe kami. Kesemua penawaran itu merupakan perkara wajib yang perlu diambil berat oleh kami bagi mengekalkan jenama kami agar kekal relevan untuk tempoh yang panjang.

DE: Apakah strategi syarikat dalam jangka masa pendek dan panjang?

Muhamad Zamry Abu Samah: Dari segi strategi jangka pendek, syarikat kami menyediakan pasukan media



untuk melakukan promosi dan sebagainya supaya kami dapat mengekalkan jenama syarikat dan menaikkan jumlah pelanggan kami. Hal ini demikian kerana persaingan yang dihadapi oleh kami sangat sengit bukan sahaja daripada pesaing tempatan malahan daripada pesaing luar negara. Namun begitu, alhamdulillah kami berjaya menambah rangkaian kedai kami dan meningkatkan penguasaan pasaran.

Dari segi jangka panjang, kami perlu membangunkan jenama untuk menarik perhatian masyarakat. Sebagai contoh, meletakkan papan iklan supaya mereka mengenali kami dan dapat meyakinkan masyarakat supaya mereka tahu bahawa jenama kami besar. Lama kelamaan mereka akan berbangga jika memilih untuk menikmati kopi di rangkaian kedai kami. Alhamdulillah, berdasarkan pengalaman saya pergi ke merata-rata tempat seperti Bangkok, mereka telah mengenali jenama kami.

DE: Bagaimanakah syarikat menjaga modal insan pekerja untuk memastikan mereka kekal berdaya saing dan komited?

Muhamad Zamry Abu Samah: Kami sering menghantar kakitangan untuk menyertai pelbagai latihan dan program pengukuhan kerja berpasukan. Kami juga memberikan latihan khusus kepada pekerja berdasarkan skop kerja mereka. Selain itu, kebajikan kakitangan juga perlu diberikan keutamaan. Misalnya di Kuala Lumpur, kami menyediakan rumah sebagai tempat penginapan untuk kakitangan. Hal ini demikian kerana cabaran utama kepada mereka ialah tempat tinggal. Jika kakitangan diberikan kemudahan dan tempat tinggal yang selesa, secara tidak langsung mereka dapat memberikan fokus kepada kerja. Di sesetengah kedai, kami turut menyediakan makanan dan insentif untuk

memotivasikan pekerja supaya lebih efisien dan setia dengan syarikat.

DE: Adakah syarikat terlibat dalam aktiviti kemasyarakatan dan kebajikan?

Muhamad Zamry Abu Samah: Kami banyak menyertai program tanggungjawab sosial korporat seperti program bersama-sama anak yatim dan maahad tahfiz. Pada waktu tertentu, sekiranya masjid menganjurkan ceramah, kami akan membuka reruai dan menawarkan kopi secara percuma kepada sesiapa yang menyertai ceramah tersebut. Jika kami tidak mengadakan aktiviti bersama-sama masyarakat, kami akan menyumbangkan dana untuk program kebajikan. Selain itu, kami turut terlibat dengan program komuniti di Kemboja dengan mengadakan program berkhata beramai-ramai dan membawa sukarelawan dari Malaysia untuk membantu program tersebut. Di samping itu, kami turut menyumbangkan dana kepada Palestin bagi meringankan beban rakyat di sana.

DE: Apakah sasaran masa hadapan syarikat?

Muhamad Zamry Abu Samah: Dari segi peningkatan jumlah rangkaian, kami sudah ada di kebanyakan lokasi termasuklah di kawasan luar bandar. Namun begitu, saya menasaskan kedai kami beroperasi di setiap Dewan Undangan Negeri di Malaysia. Sasaran kami adalah realistik kerana kami perlu menarik perhatian seberapa banyak pelanggan baharu yang berada di lokasi itu. Dari segi pembukaan kilang di tempat lain, untuk situasi sekarang kami masih boleh menanganinya dengan kilang yang sedia ada. Namun

begitu, andai kata jika kami berjaya menembusi pasaran luar seperti Uzbekistan serta berupaya menarik minat pelabur di sana, tidak mustahil kami akan membuka kilang di negara tersebut berbanding dengan menggunakan kilang yang ada. Hal ini demikian kerana mungkin pasaran di negara mereka tidak berminat dengan menu yang ditawarkan di Malaysia. Namun begitu, kami tetap mahu mempromosikan makanan tempatan seperti nasi lemak. Jadi, lebih baik kami menubuhkan pasukan yang mampu menyediakan menu itu di sana berbanding dengan pengendalian operasi di Malaysia kerana melibatkan penjimatan kos dan sebagainya. **END**



RICHIAMO® COFFEE

Misi Menjadi Rangkaian Kopi Premium Bumiputera Terbesar

Pengarah Urusan Kumpulan Richiamo Coffee Sdn. Bhd., Muhamad Zamry Abu Samah yang berasal dari Jelevu, Negeri Sembilan dilahirkan dalam keluarga yang terlibat dalam perniagaan kedai kopi secara kecil-kecilan. Pendidikan beliau bermula di Sekolah Jenis Kebangsaan (Cina) Durian Tipus, Negeri Sembilan sehingga darjah enam dan seterusnya ke peringkat menengah di Sekolah Menengah Teriang Hilir sehingga tingkatan tiga. Beliau kemudian mendapat pendidikan sehingga Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) di Sekolah Tinggi Dato' Undang Musa Al-Haj, Jelevu, Negeri Sembilan.

Selepas tamat SPM, beliau membantu ayahnya dalam perniagaan kedai kopi dan menoreh getah di kebun getah berasaskan sistem pawah. Hal ini bermakna beliau perlu mengikut peraturan dari segi pembahagian hasil torehan walaupun kebun tersebut kepunyaan ayahnya. Beliau turut mengusahakan penjualan air tebu pada sebelah petang dan menjual ayam goreng serta air batu campur pada sebelah malam. Demikianlah rutin harian beliau sebelum memasuki Institut Kemahiran Belia Negara (IKBN), Jitra.

Apabila kawan-kawannya sudah mendapat tempat di institusi pendidikan tinggi, beliau turut memohon untuk melanjutkan pelajaran di IKBN dalam bidang yang diminati, iaitu Mekanik Kereta. Beliau kemudian ditawarkan

untuk mengikuti jurusan Mekanik Motosikal di IKBN dan berhasrat untuk tidak sambung belajar kerana bukan bidang pilihan. Namun begitu, dorongan kuat daripada ayahnya menyebabkan Muhamad Zamry berubah fikiran. Ayahnya meminta beliau menimba pengalaman di tempat orang dan memulakan perniagaan kelak apabila sudah memperoleh pelbagai ilmu.

“Kalau kamu sudah tidak mahu belajar lagi, kamu pergilah menimba pengalaman hidup di tempat orang. Apabila kamu memperoleh banyak pengalaman, kamu boleh pulang ke kampung untuk berniaga. Itulah nasihat daripada arwah ayah saya yang mendorong saya untuk cekat dalam menyambung pengajian,” jelas Muhamad Zamry.

Di IKBN, Muhamad Zamry mendapat pengalaman yang secukupnya kerana proses pendidikan di situ menerapkan elemen kepimpinan dalam aktiviti kemasyarakatan dan sebagainya. Tujuan penerapan elemen itu adalah untuk membimbing pelajar sebagai ketua belia apabila tamat tempoh pengajian nanti. Beliau mengakui bahawa elemen pendidikan itulah yang mencorakkan kerjaya dirinya dari peringkat bawah hingga peringkat tertinggi.

Setelah tamat pengajian, Muhamad Zamry memulakan kerjaya sebagai Mekanik Muda di Hong Leong Yamaha selama hampir lima tahun dengan pendapatan sebanyak RM505 sebulan. Apabila Motosikal dan Enjin Nasional Sdn. Bhd. (MODENAS) ditubuhkan pada tahun 1996, beliau beralih angin dengan bekerja sebagai Eksekutif Perkhidmatan di syarikat tersebut dengan gaji sebanyak RM1,800. Beliau kemudian tidak melepaskan peluang untuk menimba pengalaman di Jepun setelah ditawarkan peluang oleh syarikat. Sekembalinya beliau ke Malaysia, beliau bertugas sebagai *Southern In charge of Service* sebelum dinaikkan pangkat menjadi Pengurus Jualan Nasional. Kerjaya terakhir beliau sebelum memulakan perniagaan sendiri ialah Pengurus Besar di KTM Motosikal.

Muhamad Zamry berpegang pada falsafah perlu ada keberanian dan pengorbanan dalam melakukan sesuatu perkara atau pekerjaan. Beliau berpendangan, keberanian tanpa pengorbanan menyebabkan sesuatu usaha itu akan gagal. Hal ini demikian kerana pengorbanan melibatkan pelbagai aspek, contohnya pengorbanan dari segi masa dan wang. Beliau sendiri mengorbankan masa dengan keluarga demi memenuhi cita-citanya. Muhamad Zamry turut berpegang pada prinsip “pantang dicabar” dalam melakukan sesuatu perkara. Beliau akan memastikan dirinya melakukan sesuatu usaha itu dengan bersungguh-sungguh sehingga dapat mencapai objektifnya. Beliau mahu membuktikan bahawa dirinya mampu melakukan sesuatu perkara dengan usaha, walaupun orang lain memperlekehkan hal tersebut.

Bagi menangani cabaran mengurus operasi syarikat, Muhamad Zamry cuba mengelakkan membawa masalah atau tekanan di tempat kerja ke rumah. Hal ini demikian kerana beliau tidak mahu tekanan di tempat kerja mengganggu keharmonian rumahtangga.

“Seseorang itu perlu mengawal tekanan yang dihadapinya kerana jika tidak mampu mengawal perasaan, tekanan itu boleh menjejaskan prestasi dan produktiviti pekerja serta organisasi secara keseluruhannya. Kunci untuk menangani tekanan ialah kesabaran yang tinggi kerana kita tidak dapat menjangkakan perkara yang akan berlaku pada masa hadapan. Kita mampu membuat keputusan yang lebih baik berpanduan kesabaran,” jelas Muhamad Zamry.

Muhamad Zamry yang mempunyai empat orang anak hasil daripada perkahwinan perlu mengurus masa dengan sebaiknya demi memastikan kesibukan itu tidak menjejaskan hubungan kekeluargaan. Beliau yang sibuk dengan aktiviti rangkaian kedai kopi dan program tanggungjawab sosial korporat tetap akan memanfaatkan masa yang ada untuk mendengar luahan hati anak-anak dan memberikan pendapatnya agar mereka tidak berasa tersisih. Nasihat yang diberikan oleh dirinya diharapkan dapat menjadi panduan yang berguna kepada anak-anaknya dalam mencorakkan kehidupan mereka.

Bercerita tentang dunia perniagaan, Muhamad Zamry menasihatkan sesiapa sahaja yang berminat untuk menceburi bidang ini agar memberikan komitmen, bersungguh-sungguh serta berdisiplin. Beliau menjelaskan bahawa banyak orang yang pandai dalam bidang perniagaan tetapi tidak mahir untuk mengurus kewangan dengan baik. Aspek itu merupakan faktor penting dalam menentukan kejayaan organisasi. Oleh itu, seseorang yang mahu bergelar usahawan perlu mengutamakan keperluan yang lebih penting terlebih dahulu sebelum memikirkan tentang kehendak sendiri. Sebagai contoh, beliau sendiri tidak mengambil gaji pada peringkat permulaan penubuhan syarikat bagi memastikan kelangsungan kewangan syarikat.

Tambah beliau, “Saya hanya mengambil gaji selepas empat tahun syarikat beroperasi, mengambil kira kedudukan kewangan syarikat yang telah kukuh. Syarikat berbelanja mengikut keperluan dan memberikan keutamaan kepada gaji kakitangan dan sewa premis. Sekarang ini baru kami melabur dalam pengangkutan untuk meningkatkan imej syarikat dan seterusnya menarik pelabur asing untuk menjalinkan kerjasama dengan Richiamo Coffee.

Muhamad Zamry menyatakan harapannya untuk mengharumkan nama bangsa, agama dan negara melalui perniagaan yang diceburinya. Beliau memasang impian agar Richiamo Coffee dapat menjadi rangkaian kopi premium bumiputera terbesar di dalam negara dan di luar negara. Beliau berasa bangga jika orang Melayu dapat duduk sama tinggi dan bersaing dengan peniaga luar. Hal ini menunjukkan bahawa kaum Melayu juga mampu mencapai kedudukan itu jika mereka berusaha dengan gigih. Selain itu, beliau berhasrat untuk menaungi yayasan yang akan digunakan sebagai medium untuk menyalurkan bantuan kepada anak yatim, maahad tahfiz dan golongan yang memerlukan. Perkara ini juga merupakan antara komitmen syarikat secara berterusan untuk membantu golongan ini bagi meringankan beban mereka. 