

PARADIGMA JOHOR

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development



Edisi
08
JUL-OKT 2022



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Akademi
Pembangunan PKS dan
Keusahawanan Malaysia
(MASMED)

Kampus Segama
Kampus Pasir Gudang



Pupuk Semangat
Keusahawanan Sejak
Di Universiti

ms
09



Ibu Sahara Usahawan
Asam Rong

ms
11

ISSN 2682-7824



9 772682 782000

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor © 2022

Hakcipta Terpelihara.

Tiada mana-mana bahagian dari majalah ini yang boleh diubah, disalin, diedar, dihantar semula, disiarkan, dipamerkan, diterbitkan, dilesenkan, dipindah, dijual dalam apa bentuk sekalipun tanpa mendapat kebenaran secara bertulis yang jelas kepada *Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development (MASMED)*, Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor.

ISSN : 2682-7824

Terbitan:

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development (MASMED),

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

Jalan Universiti, Off KM 12 Jalan Muar

85000 Segamat

JOHOR

Tel: 07-9352000

Fax: 07-9352716

<https://johor.uitm.edu.my>

Majalah ini diterbitkan secara berkala setiap enam bulan

Cetakan di Malaysia

SIDANG REDAKSI



PENAUUNG
Prof. Madya Dr. Saunah Zainon
Rektor



PENASIHAT
Prof. Madya Dr. Akmal Aini Othman
Timbalan Rektor HEA, Menjalankan Tugas
Timbalan Rektor Penyelidikan, Jaringan Industri & Alumni



SETIAUSAHA
Aidarohani Samsudin



PENYELARAS
Rusnani Mohamad Khalid



KETUA EDITOR
Prof. Madya Dr. Raja Adzrin Raja Ahmad



MASMED Sana Sini
Siti Nordiyana Isahak



Berita Bergambar
Rusnani Mohamad Khalid



EDITOR UTAMA
PM. Hj. Ahmad Nawawi Hj. Yaakob, Encik Syamsul Samsudin



EDITOR

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Dr. Noor Sufiawati
Khairani

Husnizam
Hosin

Henny Hazliza
Mohd Tahir

Suhaila
Osman

EDITOR

Inspirasi dan Motivasi Keusahawanan

Hajah Alizah
Ali

Henny Hazliza
Mohd Tahir



EDITOR

Dan Kenangan Bermula

Dr. Siti Nuur-Ila Mat Kamal Nor Fauziah Abu Bakar



EDITOR

Viral oh Viral

Dr. Noor Sufiawati
Khairani

Suhaila
Osman



EDITOR

Jom Makan Dan Jalan
Rosnani Mohd Salleh



SEKRETARIAT

Nur Atiqah Abd hamid

REKA BENTUK DAN GRAFIK
Nurul Amin Norudin

ISI KANDUNGAN

ii

Sidang
Redaksi

iii

Bila
Rektor
Berbicara

iv

Kata Aluan
Timbalan Rektor
PJI&A

v

Nota
MASMED

1

MASMED
Sana Sini

3

Dari Kedai
Kopi Ke Bursa
Malaysia

8

Dan
Kenangan
Bermula...

13

Inspirasi dan
Motivasi
Keusahawanan

18

Viral Oh Viral

22

Jom Makan
Dan Jalan

27

Berita
Bergambar

BILA REKTOR BERBICARA

Assalamualaikum wbt dan Salam Sejahtera.

Segala pujian bagi Allah Yang Maha Esa. Alhamdulillah, saya bersyukur kerana diberikan sedikit ruang untuk menitipkan sepatah dua kata dalam Majalah Paradigma Johor Edisi Kelapan. Tahniah dan syabas diucapkan kepada Sidang Redaksi Majalah Paradigma Johor di bawah Unit Keusahawanan MASMED, Bahagian Penyelidikan, Jaringan Industri & Alumni UiTM Cawangan Johor atas kejayaan sekali lagi menerbitkan majalah untuk edisi kelapan ini. Saya melihat majalah ini semakin berkembang baik dan terbukti apabila dalam tempoh lebih dari 3 tahun sudah 8 penerbitan dihasilkan. Usaha ini wajar mendapat pujian kerana liputan yang diberikan bukan sahaja aktiviti di UiTM Cawangan Johor malahan dari kampus cawangan seluruh sistem UiTM.



Medan persaingan ekonomi global dan ledakan perubahan teknologi yang sangat pantas memerlukan indikator pembangunan yang terancang, bersifat inklusif dan seharusnya berpaksikan inovasi. Dalam memastikan generasi muda kini khasnya pelajar, bersedia dengan perubahan yang berlaku, proses transformasi penyampaian ilmu terlebih dahulu perlu diteliti. Anak muda kini tidaklah bergantung seratus peratus mendapatkan bahan ilmu daripada penyampaian di bilik kuliah semata-mata, kerana dengan perubahan teknologi telah memungkinkan mereka mendapatkan ilmu hanya di hujung jari sahaja. Lonjakan 1, Pelan Pembangunan Pendidikan Malaysia 2015-2025 (Pendidikan Tinggi) atau PPPM(PT), telah mengariskan Institusi Pendidikan Tinggi (IPT) perlulah proaktif dalam mentransformasi sistem penyampaian mereka agar lebih bersifat fleksibel dan entrepreneurial, serta menepati kehendak lokal, namun bersifat global untuk melahirkan insan yang holistik, seimbang dan mempunyai minda keusahawanan yang berupaya bertindak sebagai penjana pekerjaan. Bagi menjadi sebuah negara keusahawanan yang unggul menjelang tahun 2030, masyarakat Malaysia perlu dibentuk, diterapkan, ditransformasikan dengan pemikiran berasaskan keusahawanan.

Bagi UiTM Cawangan Johor Kampus Segamat, usaha-usaha membudayakan keusahawanan telah lama dilaksanakan. Usaha ini dapat dilihat melalui penganjuran latihan berunsurkan keusahawanan dalam pelbagai kursus dan program tidak kiralah di peringkat diploma mahupun ijazah. Projek-projek khas universiti juga turut menekankan elemen keusahawanan dan penglibatan pelajar dalam membina keyakinan serta memupuk budaya berniaga di kampus. Malahan program yang dibangunkan oleh keseluruhan sistem UiTM melalui *Malaysian Academy of SME & Entrepreneurship Development* (MASMED) telah terbukti apabila UiTM beberapa kali meraih status Universiti Keusahawanan pada tahun 2012, 2013, 2014 dan 2015 oleh Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia. Pelbagai usaha yang dilaksanakan MASMED termasuklah Program Tunas Mekar, Program Latihan Keusahawanan Mahasiswa (PLKM), Enterprise Usahawan Muda (EGM), *MASMED-UiTM Social Entrepreneur* (MUSE) dan sebagainya telah membuahkan hasil yang lumayan.

Dalam merangka dan menerbitkan majalah ini, ramai pihak yang telah memberi sumbangan, masa, tenaga dan ilmu. Dedikasi dan sumbangan yang dizahirkan ini adalah berteraskan matlamat yang sama iaitu memastikan penyampaian ilmu sampai kepada segenap peringkat usia. Semangat yang ditunjukkan ini, sekaligus mampu membuktikan kewujudan (*Visibility*) UiTM Cawangan Johor dan MASMED amnya, dalam menyumbang impak yang positif kepada masyarakat setempat dan UiTM seluruh sistem melalui aktiviti penulisan berteraskan keusahawanan.

Dengan tulus ikhlas, saya mendoakan agar usaha ini diberkati Allah SWT. Semoga sumbangan ini dapat melahirkan lebih ramai pelajar yang bukan sahaja berketerampilan dari sudut ilmunya, tetapi mampu menjadi penjana pekerjaan.

Sekian, wassalam.

PROF MADYA DR SAUNAH ZAINON

Rektor

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

KATA ALUAN TIMBALAN REKTOR PJI&A

Assalamualaikum wbt dan Salam Sejahtera.

Alhamdulillah, syukur kehadiran Ilahi, kerana dengan izin dan limpah kurnianya jua, Unit Keusahawanan MASMED UiTM Cawangan Johor telah berjaya menerbitkan edisi kelapan Majalah Paradigma Johor. Terlebih dahulu saya ingin mengucapkan syabas dan tahniah kepada sidang redaksi majalah ini atas kejayaan menerbitkan edisi kelapan mereka. Terima kasih juga kerana memberi kesempatan untuk saya mencoretkan sepatah dua kata dalam majalah ini. Saya melihat perkembangan dan penerbitan edisi kelapan ini sebagai salah satu bentuk kejayaan buat Unit Keusahawanan MASMED kerana mampu mengembangkan penyampaian ilmu keusahawanan ke seluruh sistem UiTM. Ini terbukti apabila majalah ini telah menerima banyak bahan penulisan dari kampus-kampus lain.



Malaysia Academy of SME & Entrepreneurship Development (MASMED) telah diwujudkan sebagai penanda aras pencapaian keusahawanan pelajar, penjana pendapatan universiti, mewujudkan jaringan industri dan kepelbagaian aktiviti lain dari peringkat kebangsaan hinggalah ke peringkat antarabangsa. Penglibatan MASMED adalah seiring dengan agenda utama kerajaan dalam memacu pembangunan modal insan dan pertumbuhan ekonomi negara secara amnya. Bagi menterjemahkan visi Kementerian Pengajian Tinggi (KPT), universiti perlulah mempunyai kurikulum bersepadu untuk menjamin ekosistem keusahawanan dapat diterapkan dengan baik. Justeru, bahan rujukan serta garis panduan perlu diterbitkan bagi memastikan setiap hala tuju program dan aktiviti keusahawanan yang dilaksanakan sesuai dengan aspirasi kementerian demi melahirkan graduan yang holistik dan seimbang.

Perubahan lanskap sosial dan ekonomi negara ekoran pandemik COVID-19 juga memberi impak kepada sistem pendidikan negara. Oleh itu, menjadi keperluan untuk bahan-bahan bacaan dibekalkan di dalam talian seiring dengan perubahan dalam revolusi industri masa kini. Kepesatan teknologi ini mendorong perubahan berlaku dengan pantas, pelajar-pelajar perlu dibekalkan dengan ilmu keusahawanan yang tepat dan juga asas kepada penerokaan media sosial terkini. Melalui Majalah Paradigma Johor, semua aktiviti dan kegiatan keusahawanan atau apa sahaja yang berkaitan dengannya dapat direkodkan. Malahan projek-projek universiti yang melibatkan keusahawanan pelajar seperti Projek Kolaborasi Keusahawanan Kebun Angkat Penanaman Nanas MD2, Projek Fertigasi Cili (Kolaborasi bersama Kelab MyAgrosis dan FAMA Negeri Johor), Projek Penternakan Madu Kelulut dan juga Projek *Accelerated Entrepreneurship Development Program* (ACE Program) turut mendapat liputan majalah ini. Tahniah diucapkan buat semua penulis. Bagi semua pembaca, setiap karya penulisan dan aktiviti bergambar yang dimuatkan akan menjadi kenangan indah di samping peningkatan kepada bilangan penulisan karya dan penerbitan di UiTM Cawangan Johor (UiTMCJ).

Sekali lagi, tahniah dan terima kasih diucapkan kepada jawatankuasa serta sidang redaksi majalah. Semoga usaha menerbitkan Majalah Paradigma Johor diteruskan pada masa mendatang. Kepada pembaca majalah ini, semoga ia memberikan manfaat yang tidak terhingga.

Sekian, terima kasih.

PROF. MADYA DR AKMAL AINI BINTI OTHMAN
Timbalan Rektor (Hal Ehwal Akademik)
Menjalankan tugas-tugas Timbalan Rektor BPJIA
Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

NOTA MASMED

Assalamualaikum dan Salam Sejahtera,

Bismillahirrahmanirrahim. Bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izin dan limpah kurnia-Nya, Unit Keusahawanan MASMED sekali lagi berjaya menerbitkan edisi kelapan Majalah Paradigma Johor ini. Selawat dan salam juga buat junjungan kita Nabi Muhammad SAW, utusan rahmat sekalian alam. Setinggi-tinggi tahniah dan syabas diucapkan kepada Sidang Redaksi atas usaha gigih dan khidmat yang tidak mengenal erti jemu bagi menyiapkan sekaligus, merealisasikan penerbitan edisi kelapan ini. Melangkah lebih jauh, penerbitan majalah ini sudah memasuki usia tiga tahun setengah, di mana sebanyak lapan edisi telah dihasilkan dengan kepelbagaian artikel dari seluruh kampus cawangan UiTM malahan kita juga menerima bahan penulisan dari universiti lain di Malaysia. Terima kasih atas sokongan yang telah diberikan buat Majalah Paradigma Johor.

Penutup tahun 2021, di Anugerah Tahunan Bahagian Penyelidikan, Jaringan Industri dan Alumni (BPJI&A) UiTM Cawangan Johor, Unit Keusahawanan MASMED telah memenangi dua kategori iaitu, Anugerah Kecemerlangan Keusahawanan 2021 melalui Projek Kebun Angkat Penanaman Nanas MD2 dan Anugerah Kecemerlangan Jaringan Industri 2021 melalui penyertaan MASMED mewakili UiTM secara keseluruhan di *University Startup Challenge* 2021.

Awal tahun 2022, Kumpulan *Teaching On The Go* (TOTG) telah mewakili Universiti Teknologi MARA (UiTM) bagi pertandingan *University to Community* (UTC) 2022 di Universiti Pendidikan Sultan Idris pada 11-14 Januari 2022. Melihat kepada keberkesanan projek ini, pada Julai 2022, Projek TOTG telah mendapat peruntukan Geran dari MASMED Shah Alam bagi projek Social Entrepreneurship Teaching on The Go sebanyak RM9,175.00. Tahniah dan syabas diucapkan kepada kumpulan TOTG yang diwakili oleh Pn. Shaherah Abdul Malik, yang menjalankan program pada asalnya di bawah peruntukan *Special Interest Group* (SIG), unit BPJIA. Tahniah atas kecemerlangan.

Pada Mac 2022, sekali lagi MASMED UiTM Cawangan Johor menempa sejarah apabila berjaya menerbitkan dua buah buku modul iaitu Buku Panduan Fasilitator Modul 'ACE 2021' Accelerated Entrepreneurship Development Program dan Buku Panduan Pelatih Modul 'ACE 2021' Accelerated Entrepreneurship Development Programme. Kedua-dua buku ini telah dilancarkan oleh Yang Berbahagia Prof Datuk Ts Dr Hj Roziah Mohd Janor, Naib Canselor Universiti Teknologi MARA (UiTM) pada 6 Mac 2022, di PTDI UiTMCJ bersempena lawatan rasmi beliau ke UiTM Cawangan Johor. Manakala pada 10 Februari 2022, Unit Perancangan Strategik dan Transformasi UiTM Cawangan Johor telah memberi anugerah kepada MASMED sebagai Anugerah Projek Keusahawanan Terbaik.

Manakala bagi aktiviti-aktiviti keusahawanan di kampus, ianya masih berjalan seperti biasa. Kebun Angkat Nanas MD2 mula membuahkan hasil dan aktiviti jualan dilaksanakan dengan kerjasama MFL *Enterprise* bagi memastikan aktiviti dalam MoU yang telah ditandatangani kedua-dua pihak bergerak. Jualan jus nenas dengan jenama Nana's juga telah bermula sejak suku pertama tahun 2022 dan telah merekodkan jualan untuk penjanaan pendapatan kampus. Bermula Mei 2022, MASMED telah melaksanakan aktiviti secara bersemuka. Beberapa aktiviti melibatkan industri seperti aktiviti bersama jenama Mutyara yang membawa selebriti ke kampus juga telah berjaya dilaksanakan. Program *Whatsapp For Business* 101 & 201 oleh Institut Keusahawanan Negara (INSKEN) juga telah berjaya dilaksanakan secara percuma pada Julai - Ogos 2022.

Akhir kata, sekali lagi saya mengambil peluang untuk mengucapkan tahniah kepada Sidang Redaksi Majalah Paradigma Johor 2022 dan Jawatankuasa Unit Keusahawanan MASMED 2022 amnya di atas komitmen yang telah diberikan. Marilah kita bersama-sama membudayakan keusahawanan dalam kalangan pelajar.

Sekian, wassalam.

RUSNANI MOHAMAD KHALID
Koordinator Unit Keusahawanan MASMED
UiTM Cawangan Johor



JELAJAH NIAGA BERSAMA TYA DAN MUTYARA DI UiTM CJ

Penulis: Siti Nordiyana Isahak¹

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor



Pendedahan kepada dunia perniagaan sebenar merupakan salah satu bentuk pembelajaran melalui tauladan yang boleh diaplikasikan dalam sistem pembelajaran dan pengajaran (P&P) di peringkat universiti. Tidak kiralah ia dilaksanakan secara lawatan sambil belajar ke premis-premis perniagaan ataupun membawa masuk industri ke kampus, aktiviti sebegini mampu memberikan pelajar peluang serta ruang mendalami selok belok dunia perniagaan sebenar. Bagi menjadi usahawan yang berjaya, pendedahan kepada pasaran sebenar dan juga peranan mentor menjadi salah satu kaedah dalam memastikan berlakunya 'check and balance' dalam sesebuah perniagaan. Pemilihan mentor yang tepat mampu menjadi sumber inspirasi dan membentuk persekitaran komuniti yang positif bagi menjadi sistem sokongan yang baik dalam menempuhi onak duri bidang ini.

Unit Keusahawanan MASMED UiTM Cawangan Johor, amat berbesar hati menerima kehadiran usahawan terkenal Puan Tya Ariffin dalam siri jelajah beliau bersama jenama Mutyara ke kampus Segamat pada 19 Mei 2022 yang lalu bertempat di Dewan Sri Temengong (DST). Sesi perkongsian bersama-sama kakitangan dan pelajar-pelajar UiTM Cawangan Johor ini telah dirancang bagi membuka ruang kepada mereka untuk menerokai peluang-peluang perniagaan bersama A Klasse Essentials Sdn Bhd yang membawa jenama Mutyara. Perkongsian disampaikan sendiri oleh pengasas produk ini, Puan Tya Ariffin dan beberapa *agent* beliau yang mempunyai nilai jualan jutaan ringgit saban tahun. Hampir 300 orang pelajar menghadiri siri jelajah ini dan memperolehi manfaat dari sudut peluang-peluang perniagaan melalui sistem dropship serta berpeluang berkomunikasi secara bersemuka dengan Puan Tya. Beliau turut berkongsi jatuh bangun bidang ini sehinggalah beliau mampu membina empayar perniagaan ke tahap ini.

Hampir 300 bungkus sampel percuma produk jamu jenama Mutyara turut diberikan kepada peserta program dan urusetia. Pihak industri juga menaja sepenuhnya makan dan minum peserta sepanjang aktiviti berlangsung. Melalui usaha ini, pendedahan kepada industri dapat dimanfaatkan oleh pelajar dan perkongsian pengalaman serta ilmu keusahawanan (*transfer knowledge*) telah berlaku secara langsung. Peserta didedahkan dengan kekangan semasa endemik COVID-19, apabila kebanyakan sektor perniagaan terjejas dengan teruknya. Pihak industri menyatakan sistem sokongan yang baik serta pengoperasian syarikat secara atas talian sepenuhnya mampu membantu mengurangkan impak endemik ini. Oleh itu, pihak industri juga telah memberikan pendedahan mengenai sistem yang telah digunakan oleh mereka bagi membantu pengoperasian syarikat tanpa menggunakan tenaga kerja yang ramai. Asasnya pelajar yang menyertai sistem ini tidak perlu memegang stok produk, tidak perlu ke pejabat pos untuk menghantar produk dan tidak terlibat untuk proses pembungkusan. Mereka hanya perlu mendapatkan pesanan dan meningkatkan tahap kreativiti bagi memasarkan produk tersebut sahaja. Semua proses yang dinyatakan di atas akan dilaksanakan sepenuhnya oleh pihak syarikat (pengoperasian bersifat in-situ) dan dihantar terus kepada pelanggan. Program ini berakhir pada jam 5.30 petang. Terima kasih diucapkan kepada A Klasse Essentials Sdn Bhd dan Puan Tya Ariffin.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis sendiri.**

SESI PERKONGSIAN BERSAMA KOMUNITI KG. BANGKAHULU, GEMAS

Penulis: Rusnani binti Mohamad Khalid¹

¹ Koordinator Keusahawanan MASMED, UiTM Cawangan Johor Kampus Segamat

Unit Keusahawanan MASMED telah menerima jemputan dari Ketua SiG, *SDG in Practice*, Mr. Oswald Timothy Edward untuk memberi taklimat berkenaan Pengurusan Perusahaan Makanan dan Pemasaran Digital kepada komuniti di Kampung bangkahulu Gemas, Negeri Sembilan. Program ini telah disampaikan oleh Koordinator Keusahawanan MASMED, Puan Rusnani Mohamad Khalid dan berlangsung pada 15 Oktober 2022 yang lalu bertempat di Balairaya Kampung Bangkahulu.

Projek ini dijalankan dengan penglibatan 20 orang peserta dari komuniti Kampung Bangkahulu yang menjalankan perusahaan makanan seperti kuih tat bangkahulu, kuih lidah buaya, kuih bakar dan sebagainya. Perkongsian bersama komuniti ini merangkumi tatacara pendaftaran premis, permohonan logo *home-based food*, pelabelan makanan, pembungkusan yang selamat untuk pengeposan dan pemasaran produk melalui platform digital *shopee*.



Masih ramai yang tidak tahu, mereka yang terlibat dengan pengendalian makanan, terutamanya pengusaha makanan, wajib bagi mereka mendaftarkan premis makanan di [Fosim.moh.gov.my](https://fosim.moh.gov.my). Ini kerana, pihak Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) perlu tahu, kawasan mana yang menjalankan aktiviti penjualan atau penyediaan makanan sama ada premis itu terletak di kedai, warung, penjaja atau berniaga di rumah.

Makanan juga perlu mendapatkan suntikan typhoid dan membuat permohonan logo makanan yang bersesuaian di bawah KKM seperti logo MeSTI, *Trust My Catering*, BeSS, dan *Home-Based Food*. Kebanyakan pengusaha makanan dari rumah, digalakkan untuk memohon logo *home-based food* kerana ianya percuma di bawah bidangkuasa KKM. Pada perkongsian terakhir, penceramah berkongsi tentang cara menjalankan aktiviti jual beli di *shopee*. Peserta di bimbing untuk membuat satu akaun niaga *shopee* dan penceramah mengajar cara memasarkan produk melalui *platform shopee*. Secara keseluruhan projek ini berjalan dengan jayanya dan disokong oleh Persatuan Promosi Matlamat Pembangunan Lestari. Syabas dan tahniah diucapkan.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis sendiri.**

PELUANG PEMASARAN DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL

Penulis: Farahiyah Akmal Mat Nawi¹ dan Nor Zuriati Amani Ab. Rani²

^{1,2}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Kelantan

Statistik mencatatkan penggunaan internet bagi tempoh sehingga Januari 2021 adalah sebanyak 27.34 juta pengguna dimana berlaku sehingga 2.8% bermula dari Januari 2020 sehingga Januari 2021. Seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet, pengguna akaun media sosial juga menunjukkan trend peningkatan yang tinggi. Pada Januari 2021, Malaysia merekodkan sejumlah 28 juta pengguna media sosial yang meningkat sekitar 7.7% antara tahun 2020 sehingga tahun 2021.

Akaun media sosial kini telah mula dieksploitasi secara positif dengan cara melibatkan perniagaan dalam aktiviti promosi dan pengenalan perniagaan kepada umum dengan lebih meluas. Penglibatan usahawan dalam platform ini mampu memberikan pelbagai pulangan positif khususnya bagi meluaskan rantaian pelanggan mereka. Sebagai contoh, *Facebook* telah menawarkan penggunaan *Facebook Ads* yang mempunyai unsur *Software Robot Marketing* yang membolehkan usahawan itu menjalankan aktiviti pemasaran tanpa mengira masa. Maklumat produk dapat disampaikan terus kepada pelanggan yang membolehkan mereka berinteraksi secara terus dengan aplikasi yang disediakan.

Perkara ini menunjukkan terdapat potensi yang besar bagi para usahawan untuk melibatkan perniagaan mereka dalam interaksi sosial masyarakat Malaysia. Jaringan interaksi digital ini secara umumnya tidak hanya berobjektifkan sosial semata-mata malah ia membuka pelbagai ruang keuntungan kepada usahawan yang berjaya mengenalpasti ruang perniagaan dengan cara menyasarkan kelompok pengguna yang tepat dengan kaedah yang berkesan untuk mempengaruhi kuasa beli mereka.

Ruang perniagaan kini telah mula beralih kepada era pendigitalan secara konsisten. Pendekatan penggunaan jaringan sosial dalam aktiviti jual dan beli telah menjadi satu alternatif yang sangat menguntungkan. Aktiviti pemasaran secara digital khususnya melalui integrasi bersama media sosial telah melangkaui faktor sosioekonomi pasaran pengguna dimana kemudahan internet telah berjaya menyampaikan maklumat produk ini terus kepada pengguna. Peningkatan statistik penggunaan laman sesawang jualan atas talian ini secara langsung dipengaruhi oleh aktiviti promosi yang dijalankan oleh pihak pembangun dan pemilik laman sesawang jualan melalui jaringan media sosial yang aktif berlegar di alam maya pengguna seperti melalui aplikasi *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan juga *TikTok*.

Pengguna kini lebih terdedah untuk mendapatkan maklumat dan dipengaruhi oleh tawaran iklan yang berbentuk promosi jualan dan kemudahan pautan yang disediakan. Pengguna hanya perlu menekan pautan yang disediakan dan aktiviti pembelian dapat dijalankan melalui transaksi yang cukup mudah. Informasi yang diberikan secara digital berjaya menarik minat pengguna untuk mendapatkan maklumat produk yang lebih jelas. Unsur grafik yang interaktif dan mempunyai daya pujukan pembelian yang tinggi secara umumnya mampu mendorong kepada transaksi pembelian seterusnya di laman sesawang. Elemen pengiklanan ini tidak hanya terhad kepada imej grafik bergambar sahaja, tetapi iklan jualan juga dapat disampaikan melalui hantaran berbentuk video yang lebih dinamik serta menarik. Maklumat dapat disampaikan dengan tepat melalui demonstrasi, penerangan dan juga lakonan yang mampu mempengaruhi transaksi pembelian. Tanpa memerlukan paparan maklumat yang padat, ia mampu memancing minat pengguna untuk melayari laman sesawang dan seterusnya melakukan pembelian.

Media sosial menawarkan capaian pengguna yang lebih meluas berbanding pengiklanan yang dijalankan secara fizikal yang mana ia lebih menyasarkan kepada kategori pengguna sahaja dan cara penyampaiannya lebih bersifat statik. Platform jualan tidak memerlukan bentuk perniagaan secara fizikal tetapi melalui integrasi sumber digital yang ada. Ia mampu membuka satu rangkaian perniagaan yang luas. Kaedah penyampaian maklumat melalui sosial media perlu disampaikan menggunakan kandungan yang tepat dan berkesan. Para usahawan itu sendiri perlu mahir dalam mengendalikan setiap kandungan yang ditawarkan kepada pengguna.

Kandungan maklumat produk yang dipasarkan haruslah mampu menarik minat pembeli supaya dapat membentuk minat mereka bagi melakukan pembelian. Elemen kreativiti, kandungan, kekerapan, penjenamaan, nilai *Customer Relationship Management* dan pembangunan kandungan yang berpandukan kepada konsep *copywriting-teaser*, *softsell* dan *hardsell* boleh digunakan sebagai salah satu daripada strategi untuk menyampaikan maklumat produk kepada sasaran pengguna. Teknik pemasaran secara digital telah berjaya membuka satu ruang capaian perkembangan perniagaan yang luas bagi sesebuah perniagaan. Kebolehan mengendalikan media sosial dengan cekap membolehkan aktiviti pemasaran dijalankan dengan lebih efektif dan mampu menjimatkan kos serta masa bagi tujuan perniagaan.

DROPSHIP: MUDAH DAN MENGUNTUNGKAN

Penulis: Khairunnisa Rahman¹, Hairiani Abdul Hamid², Zurina Omar³ dan Mariam Setapa⁴

^{1, 2, 3} Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor, ⁴ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Kelantan

Kita seringkali mendengar istilah *dropship* daripada saluran iklan sama ada di radio, televisyen atau lain-lain termasuk media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Istilah ini semakin terkenal apabila semakin ramai peniaga dan usahawan menggunakannya sebagai satu *platform* untuk meningkatkan keuntungan selain dapat membantu golongan tertentu yang terlibat. Apakah yang dimaksudkan dengan *dropship*? *Dropship* adalah suatu konsep perniagaan yang mudah, ringkas dan amat sesuai dengan perniagaan internet atau perniagaan dalam talian kerana ia tidak memerlukan anda mengeluarkan modal dan menyimpan stok.

Bagi yang ingin menceburkan diri atau melibatkan diri dalam perniagaan tetapi tidak mempunyai modal, anda boleh memulakan perniagaan melalui penglibatan *dropship*. Apa yang menarik ialah anda boleh menjadi *dropship* kepada pelbagai perniagaan dan tidak terikat kepada sesuatu jenis perniagaan sahaja. Walaupun anda tidak mempunyai pengalaman atau pengetahuan dalam memulakan perniagaan, anda tidak perlu khuatir kerana *dropship* adalah satu perniagaan berisiko rendah serta sesuai bagi individu yang baru mula berjinak dalam perniagaan. Selain itu, mereka juga akan dibantu oleh peniaga untuk menjadi *dropship* yang berjaya.

Bagaimana ingin memulakan perniagaan ini? Bagi memulakan perniagaan atau menjadi *dropship*, anda boleh menghubungi pembekal dari mana-mana produk sama ada secara dalam talian mahupun luar talian. Anda perlu mendaftar kepada pembekal yang menguruskan produk berkenaan, kemudian anda akan dibimbing oleh ketua *dropship* untuk melaksanakan aktiviti mempromosi dan menerima tempahan sama ada secara dalam talian dan sebaliknya. Kebiasaannya, anda perlu membayar harga produk yang dijual itu kepada pembekal melalui sistem yang telah disediakan. Pembekal akan menguruskan pengiriman produk kepada pembeli tanpa perlu menyimpan stok produk tersebut di rumah anda. Menerusi sistem *dropship*, pembekal akan memberikan bahan promosi atau ayat *copywriting* yang berkesan serta tepat untuk kegunaan anda dalam mempromosikan produk tersebut sama ada melalui media sosial atau menggunakan *platform* lain yang bersesuaian.

Kelebihan perniagaan *dropship*

Antara kelebihan yang diperolehi sebagai peniaga *dropship* adalah anda akan mendapat keuntungan yang bersih dengan menjual produk berkaitan. Yang paling utama, anda tidak perlu mengeluarkan modal yang banyak kerana urusan promosi dan penyimpanan barang diuruskan oleh ejen dan pembekal. Di samping itu, anda juga tidak perlu menyewa premis perniagaan kerana anda boleh jual menggunakan pelbagai *platform* media sosial yang ada seperti *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain. Anda juga tidak perlu bimbang dengan lebih stok atau inventori. Tambahan lagi, anda akan mempunyai banyak masa untuk memikirkan strategi pemasaran dan cara untuk mendapatkan pelanggan.

Kekurangan dan risiko sebagai *dropship*

Walaupun apa sekali pun, pasti akan ada halangan atau kelemahan yang perlu dihadapi oleh seseorang yang menyertai *dropship*. Antara risiko yang perlu dihadapi oleh seorang *dropship* adalah apabila anda menjual pelbagai produk dari pembekal yang berbeza, ia akan menyukarkan anda untuk merekodkan setiap urusan jual dan beli dengan menggunakan sistem yang berbeza. Selain itu, margin keuntungan juga tidaklah terlalu tinggi. Sebagai contoh, anda mungkin hanya akan untung di sekitar RM5.00 hingga RM20.00 untuk setiap produk, bahkan mungkin lebih rendah. Hal ini kerana, ia bergantung kepada jumlah unit produk yang anda telah berjaya menjualnya.

Tambahan lagi, risiko kesilapan pihak pembekal akan berlaku seperti menghantar barang yang salah kepada pelanggan atau alamat pengeposan mempunyai masalah. Sebagai *dropship*, anda perlu bersedia untuk menghadapi risiko ini terutamanya jika berlaku jumlah tempahan yang tinggi secara mendadak semasa perayaan atau pada hari jualan murah. Sering juga terjadi kekurangan stok produk dan kelewatan penghantaran barang kepada pelanggan.

Strategi *dropship* yang berjaya

Antara strategi untuk menjadi *dropship* yang berjaya adalah dengan memilih produk berprofil tinggi, telah diterima baik oleh pasaran dan tidak berisiko tinggi dengan modal serendah RM50.00. Pilih produk atau syarikat pembekal yang mempunyai banyak produk dan diyakini. Mengetahui kumpulan sasaran dan juga menggunakan *platform* yang sesuai dengan produk yang dijual. Sebagai contoh, anda berada dalam kumpulan *Facebook* yang menjual sesuatu produk. Anda juga boleh melakukan “*zero marketing*” sebagai contoh dengan menggunakan aplikasi *WhatsApp*, *TikTok* atau *Instagram*. Cara ini secara tidak langsung dapat melakukan promosi tanpa perlu mengeluarkan modal. Yang paling utama adalah melakukan pemasaran secara konsisten. Sebagai contoh, setiap hari anda boleh mengemaskini media sosial anda yang digunakan. Antara petua yang boleh dilakukan

adalah dengan mengemaskini *Instagram* atau *Facebook* sekurang-kurangnya sembilan post setiap hari. Empat waktu yang sesuai untuk mengemaskini bahan dalam medial sosial adalah pada waktu pagi, tengahari, petang dan malam. Sentiasa mempelbagaikan kandungan seperti meletakkan 'hashtag' dan 'tagline' yang sesuai. Ini adalah untuk menunjukkan kepada pelanggan bahawa media sosial kita atau kedai kita aktif untuk mengingatkan pelanggan tentang kewujudan kita. Anda juga perlu mempunyai pengetahuan yang mendalam tentang produk yang dijual kerana ia akan membantu anda memberikan maklumat yang lengkap kepada pelanggan.

Kesimpulan

Dalam keadaan ekonomi yang tidak memberangsangkan sejak COVID-19 melanda, ramai yang menceburkan diri dalam perniagaan dropship ini. Terdapat dalam kalangan mereka yang meraih keuntungan tinggi dan berbaloi dengan modal yang sedikit. Oleh yang demikian, ia adalah jalan mudah untuk mendapatkan keuntungan sekiranya anda rajin membuat promosi dan mencari pelanggan yang berpotensi dengan kuasa membeli yang tinggi. Tambahan lagi, dropship boleh dibuat oleh pelbagai lapisan masyarakat tidak kira remaja, dewasa atau golongan yang sudah berumur. Kemudahan yang perlu hanyalah telefon pintar, komputer atau komputer riba serta internet yang menghubungkan mereka dengan pembekal. Tiada perkara yang mustahil untuk dicapai sekiranya anda mempunyai kerajinan dan usaha yang banyak. Sekaligus, ia membantu untuk merancakkan lagi aktiviti ekonomi di Malaysia dan menjadikan pilihan kerjaya untuk suri rumah yang sukar berada di premis setiap masa untuk menjual produk. Ia dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarga dan menjadikan kuasa membeli lebih tinggi.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Google.**

PENGARUH REKA BENTUK PEMBUNGKUSAN PRODUK DALAM PERNIAGAAN

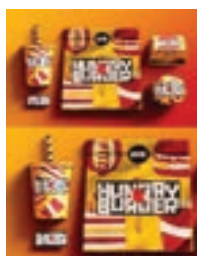
Penulis: Mohd Nasiruddin Abdul Aziz¹

¹ Jabatan Seni Reka Grafik dan Media Digital, Kolej Pengajian Seni Kreatif, UiTM Cawangan Perak

Pembungkusan produk direka untuk menjaga kualiti agar tidak mudah rosak dan mudah disimpan. Selain itu, reka bentuk pembungkusan juga berkeupayaan untuk mencetuskan dialog emosi dengan mempengaruhi pengguna dalam membuat keputusan membeli. Berdasarkan kajian yang lepas, majoriti para peniaga dan pereka grafik bersetuju bahawa rekaan pada pembungkusan mampu memberi kesan yang besar dalam aktiviti pemasaran sesebuah jenama. Reka bentuk visual yang berkesan menjadi faktor penting dalam menyampaikan maklumat yang tepat, penampilan yang menarik dan meningkatkan keperibadian jenama produk itu sendiri.

Elemen reka bentuk visual merupakan unsur-unsur rekaan yang boleh dinilai oleh pengguna melalui deria penglihatan pada sesebuah pembungkusan produk seperti komposisi, warna, logo, fotografi, ilustrasi, tipografi, bentuk dan saiz. Pereka boleh menggunakan elemen-elemen visual tersebut secara individu ataupun digabungkan secara kreatif untuk menarik perhatian pengguna. Namun begitu, elemen yang digunakan mestilah mengikut penceritaan sesebuah jenama dan digunakan secara strategik dan terancang.

Warna pada pembungkusan merupakan elemen visual yang paling kuat mempengaruhi emosi pembeli. Kajian membuktikan bahawa kesan visual melalui unsur warna mampu merubah fikiran dan perasaan seseorang dengan cepat. Sebagai contoh, warna yang sesuai adalah cara yang paling cepat untuk menggambarkan sesuatu aroma pada sebuah produk pewangi. Label produk, pembungkusan dan warna perlulah sejajar dengan produk kerana kebiasaannya pengguna akan menilai warna terlebih dahulu sebelum mencuba baunya. Begitu juga aplikasinya pada produk makanan. Dari sudut psikologi, warna kuning, jingga dan merah merupakan tiga warna utama yang mampu memberi kesan positif dalam meningkatkan nafsu dan selera makan berbanding warna-warna yang lain. Kesannya, tiga warna ini banyak telah digunakan pada rekaan pembungkusan, rekaan logo, ruang makan di restoran dan pembungkusan makanan segera ternama di sekeliling kita.



Elemen warna pada reka bentuk pembungkusan



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Google.**

Selain unsur visual, berat dan saiz pembungkusan juga mampu memberi kesan emosi secara serta-merta kepada pengguna. Para pengkaji mendapati pengguna akan lebih tertarik dan berbaloi untuk membeli barangan yang lebih besar dan berat berbanding produk yang kelihatan kecil dan ringan. Pada hari ini, kita boleh mendapati produk di pasaran terutamanya produk makanan yang mempunyai pembungkusan yang lebih besar dari yang sepatutnya. Namun begitu, strategi ini mempunyai kesan negatif apabila pembeli rasa tertipu untuk membuat pembelian lagi pada masa akan datang. Saiz pembungkusan yang besar dan berat juga akan memberi kesan negatif pada peniaga dengan bebanan kos pengeluaran yang lebih tinggi dan ruang penyimpanan produk yang lebih terhad.

Kesimpulannya, reka bentuk pembungkusan telah membuktikan dalam pelbagai kajian sebagai salah satu strategi penting dalam pemasaran perniagaan. Oleh itu, para peniaga haruslah mengambil peluang dalam mempromosikan jenama dan produk secara kreatif melalui reka bentuk pembungkusan yang berkesan. Namun begitu, perancangan yang strategik dan nasihat daripada pakar untuk penghasilan reka bentuk amatlah penting agar ia memberi nilai positif kepada kedua-dua belah pihak di antara pengeluar dan pengguna.

MANAFAAT DARIPADA SISTEM *POINT-OF-SALES* (POS) KEPADA PERNIAGAAN KECIL DAN SEDERHANA (PKS)

Penulis: Syahrul Fithry Senin¹, Nazli Zita Lot Ismail² dan Nurul Atikah Mohd Ikbar³

¹Fakulti Kejuruteraan Awam, UiTM Cawangan Pulau Pinang, ^{2,3}Naz Pastry, Perak

Apabila kita membicarakan mengenai pengurusan jual beli dan pentadbiran perhubungan pelanggan dalam kalangan usahawan Perniagaan Kecil dan Sederhana (PKS), keperluan untuk mempunyai sistem yang dapat merekod, menyelenggara dan melapor semua data-data perniagaan secara “real-time” dan cekap merupakan perkara yang amat diperlukan oleh semua usahawan PKS. Kekangan perniagaan PKS seperti kekurangan sumber tenaga kerja yang diakibatkan oleh sumber modal perniagaan yang terhad merupakan motif utama untuk memiliki teknologi yang dikenali sebagai *Point-Of-Sales* (POS), terutama sekali dalam bidang *Food and Beverages*.



Rajah 1: Ringkasan Aliran Wang Masuk Harian Secara Real-Time

Sebuah syarikat pembuatan pastri PKS, iaitu *Naz Pastry* telah mengusahakan penghasilan produk-produk pastri di Ipoh semenjak dari tahun 1997 sehingga kini. Semenjak mula beroperasi, usahawan syarikat ini iaitu Puan Nazli Zita Binti Lot Ismail dan anaknya, Cik Nurul Atikah Binti Mohd Ikbar telah menggunakan sistem catatan urusaniaga secara manual dalam buku log bagi setiap aktiviti urusaniaga. Namun apabila pandemik COVID-19 melanda pada tahun 2020, sistem pengurusan rekod sedia ada didapati tidak cekap kerana terdapat perubahan yang mendadak akibat daripada gelagat pelanggan, pembekal dan lain-lain pihak berkepentingan yang ingin mendapatkan rekod jual beli yang bersifat digital dan ‘real-time’. Perkhidmatan penghantaran produk kepada pelanggan seperti *Foodpanda* dan *GrabFood* yang menawarkan khidmat produk-produk pastri kepada pelanggan di Ipoh juga menimbulkan desakan kepada syarikat untuk mencetak invoice bagi setiap pesanan yang diterima.



Rajah 2: Ringkasan Data Jualan Bulanan

Oleh itu, syarikat *Naz Pastry* telah menggunakan sistem POS selama dua tahun dan telah mendapati bahawa sistem ini mampu membantu untuk memantau aliran masuk dan keluar wang jualan serta belian harian dari pelanggan (Rajah 1) secara dalam talian walaupun tidak berada di dalam premis perniagaan. Syarikat juga dapat memantau ringkasan jualan produk pada setiap bulan (Rajah 2) dan juga mengenai bilangan pelanggan serta jenis pesanan produk yang telah dibeli di premis tersebut. Data mengenai pelanggan, jenis-jenis produk yang dibeli secara harian juga dapat dipaparkan kepada usahawan tersebut dengan menggunakan aplikasi Android yang dipasang pada peranti telefon mudah alih (Rajah 3).



Rajah 3: Ringkasan Data-Dat Pelanggan

Secara ringkasnya, terdapat beberapa manfaat signifikan yang boleh diperolehi oleh sistem POS, iaitu dalam bentuk perkakasan seperti berikut:

- Kemudahan laci tunai yang dipasang dengan alat sistem POS dapat menyimpan wang daripada pelanggan setelah pesanan dilakukan (Rajah 4).
- Resit kertas sama ada dalam bentuk digital atau fizikal dapat dijanakan oleh sistem POS kepada pelanggan oleh pencetak resit atau diemalkan secara automatik kepada pelanggan (Rajah 4).

- (c) Paparan maklumat urusanniaga yang jelas dan menarik pada skrin LCD yang dipamerkan kepada pelanggan dan usahawan agar telus kepada kedua-dua pihak yang berurusan.
- (d) Data-data perniagaan boleh disimpan dan dikongsi melalui sistem *Cloud-based* yang memudahkan mobiliti perniagaan yang lebih cekap.



Kesimpulannya, sistem ini telah diperakui dapat meningkatkan prestasi dari aspek kawalan aliran wang perniagaan, servis yang lebih berkesan dan kawalan maklumat perniagaan bagi peringkat industri kecil dan sederhana seperti *Naz Pastry*.

Rajah 4: Perkakasan Sistem POS di *Naz Pastry* (sumber : www.2Dfire.my)

PUPUK SEMANGAT KEUSAHAWANAN SEJAK DI UNIVERSITI

Penulis: Dr. Mohamad Hafifi Jamri¹, Profesor Madya Dr. Abdul Rauf Ridzuan² dan Ts. Mohd Hilmi Bakar³

^{1, 2, 3} Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media, UiTM Cawangan Melaka

Wabak COVID-19 ternyata membuka mata banyak pihak berkenaan potensi bidang keusahawanan sebagai prospek penjana pendapatan. Pihak universiti seharusnya meneliti perkara ini sebagai satu peluang dalam menghasilkan para pelajar yang bukan sahaja mempunyai keupayaan dari segi intelektual yang baik dan cemerlang, malah turut disertakan dengan nilai tambah yang lain seperti kemahiran dalam bidang keusahawanan.

Antara langkah yang boleh dijalankan oleh pihak universiti adalah menerusi galakan penglibatan pelajar dalam program-program keusahawanan berimpak tinggi yang dijalankan. Menerusi program sebegini, pihak universiti melalui jawatankuasa khas yang dilantik boleh menjalankan penglibatan secara bersama pelajar di antara fakulti yang berlainan.

Sebagai contoh, kerjasama pelajar daripada Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media dengan pelajar daripada Fakulti Pengurusan dan Perniagaan di sesebuah universiti. Contoh kolaborasi ini diberikan oleh kerana terdapat kelebihan dari segi bakat di antara kedua-dua pelajar dari kedua-dua bidang ini yang boleh memberikan manfaat dalam penghasilan produk ataupun perkhidmatan keusahawanan yang baik. Pihak universiti juga boleh menggalakkan para pelajar untuk menghasilkan produk atau perkhidmatan yang dirujuk bukan sahaja menjadi keperluan kepada anggota masyarakat, malah mempunyai potensi komersial yang tinggi, bahkan turut memiliki unsur kelestarian dalam perancangan produk ini.

Menerusi perancangan berkenaan pemilihan produk dan perkhidmatan yang ingin dikeluarkan, para pelajar boleh diberikan panduan berkenaan strategi untuk menjayakannya. Salah satunya adalah menerusi perancangan kolaborasi yang ingin dijalankan oleh mereka. Kolaborasi boleh dijalankan dengan pelbagai pihak yang dirujuk dapat memberikan manfaat dalam konteks penajaan produk dan perkhidmatan yang ingin dikeluarkan serta sebagai *platform* bagi tujuan promosi dan penjualan produk ataupun perkhidmatan. Antara contoh *platform* penjualan produk dan perkhidmatan yang kini semakin meningkat naik termasuklah *Shopee* dan *Lazada*. Manakala bagi tujuan promosi, para pelajar boleh diberikan panduan berkenaan cara untuk mendapatkan liputan media daripada stesen televisyen dan radio. Sebagai contoh, kolaborasi yang dijalankan dengan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia berpotensi membawa kepada peluang bagi promosi secara meluas di media arus perdana. Pada masa yang sama, kolaborasi dengan pihak agensi bukan kerajaan (NGO) turut boleh dijalankan bagi memastikan promosi dapat disebarkan di samping potensi untuk memperoleh penajaan bagi produk dan perkhidmatan yang ingin dikeluarkan.

Menerusi panduan secara berkesan yang diberikan kepada para pelajar ini, tidak mustahil program keusahawanan berimpak tinggi yang dijalankan berpotensi mencapai kejayaan di samping memperoleh keuntungan iaitu penajaan pendapatan. Sekiranya potensi produk dan perkhidmatan sedia ada tersebut terus digilap, ia bukan sahaja berupaya menembusi pasaran tempatan, bahkan ke peringkat antarabangsa. Berdasarkan kepada faktor serta potensi memperoleh kejayaan sebegini, semangat keusahawanan dalam kalangan pelajar wajar dipupuk sejak awal lagi.



Ulasan Gambar: Dr. Mohamad Hafifi Jamri (gambar semasa masih menjadi pelajar) ceria mempromosikan produk tudung eksklusif yang dijual kepada pelanggan dalam Program Keusahawanan yang dijalankan di universiti.

(Sumber: Dr. Mohamad Hafifi Jamri)

Sekiranya mereka telah memiliki semangat sedemikian sejak di peringkat universiti, kebarangkalian tinggi kesepaduan tersebut dengan ilmu akademik yang diperoleh dalam apa jua bidang yang dibeir mampukan diterjemahkan dengan kejayaan luar biasa selepas mereka tamat pengajian dan berada di alam pekerjaan. Pada masa yang sama, pihak universiti juga boleh berbangga dengan pencapaian para alumni yang telah diasuh dalam program-program keusahawanan di peringkat universiti sebelumnya.

REZEKI PKP: SEGAMAT CAKE HOUSE

Penulis: Muharratul Sharifah binti Shaik Alaudeen¹

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Segamat *Cake House* yang mempunyai 3947 pengikut di *Instagram* merupakan perniagaan yang diusahakan oleh Leeyana. Leeyana merupakan seorang graduan Diploma Perniagaan dari UiTM Johor Cawangan Segamat. Pengusaha ini memulakan perniagaan kek pada semester akhir pengajian diploma, apabila mula menjual kek dari bilik ke bilik di kolej dan juga kepada pensyarah. Beliau mengambil inisiatif ini kerana pada semester tersebut, ayah beliau yang menyara keluarga selama ini mendapat penyakit angin ahmar. Beliau merupakan anak sulung dan mempunyai empat orang adik yang masih kecil dan bersekolah lagi. Pengusaha ini telah mengorak langkah untuk berniaga bagi menyara kehidupan keluarganya. Tidak dapat dinafikan bahawa berniaga sambil belajar menyebabkan dirinya pada masa itu berdepan dengan kekangan masa untuk menjual dari pintu ke pintu dan penat menaiki tangga di setiap kolej. Keadaan ini telah mencetuskan idea bagi beliau mengupah enam orang kawan untuk menjadi ejen jualan kek semasa di kolej dengan memberi komisen RM0.50 setiap bekas. Keadaan ini membantu untuk menjana duit tambahan kepada rakan-rakan tersebut bagi menampung perbelanjaan tambahan semasa pengajian terutamanya perbelanjaan percetakan dalam menyiapkan tugas. Pada masa itu, beliau mampu meraih pendapatan untung kasar dari RM300.00 ke RM500.00. Tambahan, pada masa itu, tiada kedai perniagaan kek di Segamat seperti Segamat *Cakehouse* dan tidak banyak kedai bakeri seperti sekarang.

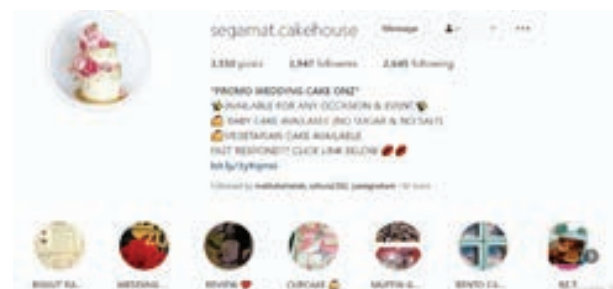
Mengapa perniagaan kek dan bukan makanan lain yang menjadi pilihan perniagaan bagi Leeyana? Hal ini kerana, ibu dan nenek beliau mempunyai ilmu membakar kek dan telah menjalankan perniagaan kek secara kecil-kecilan. Ibu dan neneknya hanya mengambil tempahan semasa musim perayaan atau perkahwinan. Leeyana mengambil peluang tersebut dengan menggabungkan ilmu perniagaan yang dipelajari semasa diploma dan teknik pemasaran yang terkini digunakan untuk menarik perhatian pelanggan bagi membuat tempahan kek, biskut dan pastri di Segamat *Cakehouse*.

Pada awalnya, beliau bermula dengan menumpukan pada perniagaan kek perkahwinan. Hal ini kerana, tempahan tersebut mempunyai permintaan yang sangat tinggi dan harga kek perkahwinan juga mahal berbanding dengan kek biasa. Kebiasaannya, beliau menerima tempahan dan membakar kek pada hujung minggu kerana pada hari-hari tersebut perkahwinan sering diadakan. Tambahan pula, pada masa itu, beliau masih bekerja makan gaji di sektor swasta. Dari segi bilangan tempahan kek perkahwinan, menurut beliau pada awalnya menerima tempahan kek dari empat ke dua belas biji kek. Namun demikian, pengusaha terpaksa menghadkan tempahan kepada maksimum enam biji kek sehari kerana terpaksa berkejar dengan masa penghantaran. Tambahan pula, Segamat *Cakehouse* mengutamakan slogan “*freshly bake*”. Maka, Segamat *Cakehouse* fokus untuk membuat tempahan sehari sebelum penghantaran.

Bak kata pepatah, rezeki tidak pernah salah alamat. Apabila Perintah Pergerakan Kawalan (PKP) diumumkan, tempahan kek dan pastri dijalankan seperti biasa. Setiap hari akan ada promosi penghantaran percuma dan teknik ini mendapat sambutan hangat sehingga setiap hari Segamat *Cakehouse* mendapat tempahan 30 ke 40 tempahan. Sehingga hari ini, permintaan terhadap kek dari pengusaha sentiasa ada dan terdapat masanya tempahan dihadkan kerana tempahan yang banyak dan bertindih. Selain tempahan kek, tempahan biskut juga diambil semasa perayaan.

Bukan mudah untuk menjadi senang terutamanya di alam perniagaan. Pengusaha berdepan dengan pelbagai cabaran untuk berniaga. Antaranya ialah dari segi peralatan dan kelengkapan untuk berniaga. Bahkan tidak kurang juga, ada pelanggan yang memberi komen serta membandingkan kek pengusaha dengan pengusaha lain. Namun, bagi Leeyana sebagai pengusaha, beliau terima komen itu sebagai teguran yang positif di mana beliau cuba untuk membaiki kekurangan dalam perniagaan bakeri beliau. Tambahan pula, ada saja pembeli yang sentiasa memberi tanda sokongan dengan memberi komen positif dan pujian terhadap rasa kek yang dibeli. Perkara ini menjadi pembakar semangat untuk terus berniaga dan melupakan komen negatif terhadap perniagaan. Beliau mengakui, akan wujud komen yang pelbagai terhadap rasa produk bakeri kerana citarasa setiap pelanggan adalah berbeza.

Perniagaan ini mula mendapat nama apabila medium *Instagram* segamat.cakehouse dan *WhatsApp* digunakan untuk tujuan promosi dan tempahan. Perniagaan ini mula berkembang di mana kebanyakan jualan kek bermula daripada sokongan tempahan dari kawan dan pelanggan yang sedia ada dengan tag di komen dan berkongsi nombor telefon pengusaha di *Facebook*. Pengusaha ini berhasrat agar dapat membuka kedai bakeri sendiri pada suatu hari. Semoga impian pengusaha ini akan menjadi kenyataan.



****Sumber: Instagram segamat.cakehouse.**

IBU SAHARA USAHAWAN ASAM RONG

Penulis: Alizah Ali¹ dan Rohani Jangga²

¹Fakulti Undang-Undang, UiTM Cawangan Johor, ²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

“Biji getah boleh dimakan? Biar benar? Tidak mabuk ke? Ini makanan semasa zaman Jepun ke?”

Realitinya, mungkin itu antara persoalan yang akan ditanya apabila anda mengetahui tentang lauk gulai ikan patin asam rong yang berasal daripada isi biji getah. Itulah keunikan asam rong. Bahan makanan ini merupakan resipi tradisional turun-temurun yang terkenal dalam masyarakat Pahang, khususnya di daerah Jerantut. Kalau di Korea, mereka mempunyai kimchi untuk dibanggakan, di negeri Tok Gajah ini pula, mereka berbangga dengan gulai asam rongnya. Ramai yang tidak tahu tentang kewujudan bahan masakan ini dan tidak mustahil sekiranya masyarakat tidak ketengahkan bahan masakan unik ini ke persada dunia, ia akan tenggelam ditelan peredaran zaman.



Gambar 1: Biji getah yang telah masak dikutip dan dicuci serta dibuang kulitnya

Di Kampung Merting dalam daerah Jerantut, Ibu Sahara Binti Mahussin gigih mengusahakan perusahaan asam rongnya. Ibu Sahara yang berusia 70 tahun ini telah 50 tahun mengusahakan perniagaan asam rong dibantu oleh empat orang anaknya. Ini adalah perusahaan turun-temurun daripada almarhum ayahandanya. Biarpun agak rumit untuk membuat asam rong, Ibu Sahara sanggup meneruskan legasi pembikinan asam rong mengikut acuan resipi nenek moyang turun-temurun.



Menurut Ibu Sahara, perkataan ‘asam’ merujuk kepada kaedah peram manakala istilah ‘rong’ pula bermaksud bahagian isi buah yang juga dipanggil isi rong. Ibu Sahara tokoh bercerita yang asam rong ini pada asalnya diperbuat daripada buah perah, iaitu sejenis tumbuhan yang hidup di dalam hutan tebal. Memandangkan keadaan semakin sukar mendapatkan stok buah perah, ditambah dengan banyaknya pokok getah yang tumbuh dan ditanam oleh penduduk kampung di negeri Pahang, isi biji getah dilihat sesuai menggantikan buah perah di samping lebih senang untuk diperolehi.

Gambar 2: Asam rong yang telah siap diperap dan sedia untuk dimasak

Bagi menghasilkan asam rong yang enak dan berkualiti, ia memerlukan isi biji getah diperam dengan proses yang sempurna. Ibu Sahara perlu memastikan biji getah sudah betul-betul masak. Biji getah yang gugur, dikutip dan dibasuh. Kulit biji getah kemudiannya dipecahkan untuk mendapatkan isinya. Ibu Sahara menggunakan lesung batu untuk mengetuk kulit biji getah yang keras. Isi biji getah ini kemudiannya akan dijemur selama seminggu sehingga kering. Tujuan isi biji getah dijemur adalah untuk menanggalkan selaput kulit isi rong. Sekiranya selaput tidak dibuang, ia boleh menyebabkan orang yang makan akan mabuk. Isi rong ini kemudiannya akan ditumbuk atau dikisar hancur bersama garam. Selepas itu, ia akan disimpan di dalam bekas bertutup yang kering selama sebulan bagi mengelakkan berkulat dan rosak. Menurut Ibu Sahara, biasanya asam rong ini akan tahan selama berbulan-bulan walau tidak dimasukkan ke dalam peti sejuk.

Selepas sempurna diperap, ia boleh digunakan sebagai pati tumisan. Perapan ini akan menghasilkan rasa kelat lemak yang sesuai dijadikan sebagai bahan perencah serbaguna dalam pelbagai jenis masakan tradisional Melayu. Antara menu asam rong yang lazat ialah gulai asam rong tempoyak ikan sungai. Selain itu, asam rong boleh juga dicampur ke dalam gorengan sayur seperti sayur labu, pucuk paku dan sambal serta dimakan bersama ulam dan ikan masin. Sekali pandang, ia kelihatan seperti dimasak taucu tetapi rasa lemak pahitnya yang istimewa terasa seperti kacang hazel. Bagi penggemar asam rong, aromanya sahaja boleh membangkitkan selera makan yang cukup luar biasa.

Ibu Sahara mampu menghasilkan banyak balang asam rong dalam sekali proses. Hasilnya bergantung kepada berapa banyak stok biji getah yang ada. Setiap balang yang beratnya lebih kurang satu kilogram ini akan dijual dengan harga RM40.00. Beliau mendapat tempahan daripada beberapa restoran sekitar Jerantut dan ada juga yang dihantar ke kedai di sekitar Jerantut dan pekan berdekatan. Walaupun begitu, ada juga orang yang membeli asam rong di rumahnya. Permintaan yang tinggi daripada masyarakat setempat memberi semangat kepada Ibu Sahara untuk meneruskan perusahaan ini.

Apabila ditanya tentang cabaran yang beliau hadapi dalam menghasilkan asam rong ini, beliau menjawab kudratnya yang semakin berkurangan dek usia tua yang selalu menjadikan beliau cepat penat dan lenguh badan selepas menumbuk isi rong yang kering. Namun, perasaan bangga dan berpuas hati akan terbit setiap kali melihat balang asam rongnya bertukar tangan. Rasa penat dan sakit badan akan segera hilang.



Gambar 3: Ibu Sahara, usahawan asam rong Kampung Merting, daerah Jerantut.

Harapan Ibu Sahara adalah perusahaan legasi ayah dan bondanya ini dapat diteruskan ke generasi anak cucunya. Beliau juga berharap menu asam rong ini dapat diperkenalkan ke arena antarabangsa dan boleh dieksport ke luar negara.

USAHAWAN AIR KOPI

Penulis: Nurhafizah Azizan¹ dan Suhaila Osman²

^{1,2}Fakulti Pengurusan Maklumat, UiTM Cawangan Johor

Satu cawan kopi yang dihasilkan mampu menjadikan seseorang individu itu bergelar usahawan. Hebat bukan? Hanya dengan memulakan perniagaan membancuh air kopi sahaja dari rumah dapat menjadikan seseorang itu menjana pendapatan dengan mudah walaupun di kala Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dilaksanakan.

Ditambah pula kegemaran serta minat terhadap kopi, ia dapat membantu serta memotivasikan individu tersebut mengharungi tempoh PKP ini. Perniagaan air merupakan potensi perniagaan yang positif dimana sebelum ini wujudnya barista jalanan yang hanya menawarkan kopi dengan harganya bermula serendah RM5.00. Namun, rasanya seperti dari kafe ternama.

Dengan wujudnya pengaruh media sosial, ia dapat merancakkan lagi perniagaan usahawan air kopi yang juga digelar sebagai barista. Platform media sosial telah memberi impak besar dalam membantu usahawan memperkenalkan dan memperkembangkan perniagaan air kopi dalam tempoh PKP.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Google.**

Malahan, agensi seperti *MARA Excellent Ventures* (MEX) sedia membantu serta memberi khidmat nasihat kepada individu yang ingin memulakan perniagaan air kopi. Ini dibuktikan apabila MEX telah mengadakan satu siri webinar yang bertajuk “Kopi Talk: Dari Hobi ke Ringgit” dengan menjemput Encik Hazim Baharin iaitu pemilik Kopi0Suam untuk memberi nasihat serta pandangan mengenai perniagaan kopi yang dijalankan.

Setelah itu, terdapat juga beberapa siri webinar yang dianjurkan oleh beberapa kafe ternama dalam memberi nasihat dan panduan kepada individu yang berminat dengan kopi secara percuma. Jika dilihat trend masa kini, kopi bukan sahaja dijadikan sebagai minuman harian malahan ia menjadi sebahagian daripada gaya hidup seseorang. Dengan ini, ia juga telah membuka peluang kepada penggemar kopi untuk menjadi usahawan air kopi setanding dengan kafe ternama.

Mengambil contoh usahawan air kopi yang menjalankan perniagaan beliau dari rumah iaitu Encik Mohd Nasser, dimana beliau telah memulakan perniagaan ini pada sekitar bulan September iaitu pada tahun 2020 dengan menggunakan nama KAPPI. Cetusan idea perniagaan ini bermula dari kumpulan sembang *WhatsApp* “Jual Beli di Kediaman” dimana beliau hanya memuat naik gambar kopi *latte* di tepi pinggan.

Dengan galakan dan maklum balas yang diterima daripada jiran-jiran, beliau bertekad untuk memulakan perniagaan secara kecil-kecilan ini hanya dari rumah. Anggaran permulaan modal yang dibelanjakan adalah sebanyak RM600.00 dengan menggunakan kelengkapan sedia ada. Selepas tempoh lima hingga lapan bulan perniagaan dijalankan, beliau telah menambah baik peralatan kopi seperti pengisar dan mesin espresso yang berharga RM15,000.00 dengan hasil jualan tersebut. Ujar beliau, tiada alasan yang mampu diberikan dalam menjana pendapatan walaupun Malaysia sedang bertarung dengan masalah pandemik. Memandangkan keadaan beliau sendiri tidak mengizinkan beliau untuk bekerja di luar, usahawan air kopi dari rumah dijadikan sebagai pilihan.

Dengan itu, pilihan untuk menjadi usahawan tidak hanya terbatas kepada perniagaan di premis sahaja. Selain daripada memastikan rasa, tekstur dan warna yang dihasilkan, usahawan air kopi atau barista dari rumah perlu kreatif dalam mempromosikan produk mereka. Ditambah pula, masyarakat Malaysia pada masa kini sudah boleh menerima dagangan yang dijual secara dalam talian.

TAJUK: ARIF SATE KAJANG

Penulis: Salsiah Mohd Ali¹

¹Fakulti Perakaunan, UiTM Cawangan Selangor

Arif Sate Kajang diusahakan oleh pasangan suami dan isteri bernama Suhaimi dan Laila. Bermula pada tahun 2003, mereka berniaga sate secara separuh masa di tapak pasar malam sekitar pekan Kajang dan Bandar Baru Bangi. Pada waktu siang, mereka bekerja di kilang perusahaan dalam kawasan perindustrian Bandar Baru Bangi. Mereka telah menyewa tapak gerai di sebuah medan makan di Seksyen 10 Bandar Baru Bangi. Hari demi hari, sambutan yang diterima daripada pelanggan semakin menggalakkan. Oleh itu, mereka mengambil keputusan untuk berhenti kerja lalu menjadikan perniagaan sate sebagai mata pencarian sepenuh masa.

Mereka hanya menguruskan perniagaan ini berdua sahaja tanpa mempunyai pekerja yang membantu. Rutin harian mereka bermula daripada membeli bahan mentah seperti daging ayam, lembu, kambing dan bahan-bahan lain sehingga ke peringkat memproses, memerap dan membakar sate. Perniagaan sate yang mereka usahakan tidak sahaja dikenali oleh penduduk sekitar malah ada pelanggan yang datang daripada luar Bandar Baru Bangi seperti Putrajaya, Cheras, Ampang dan Seremban. Arif Sate Kajang juga kerap menerima tempahan sate untuk jamuan di kilang-kilang, pejabat atau jabatan kerajaan, terutamanya sewaktu majlis sambutan Hari Raya Aidilfitri.

Namun begitu, setiap perniagaan mesti diuji dengan cabaran. Pada tahun 2016, satu musibah telah menimpa perniagaan ini dimana medan selera yang selama ini menjadi tempat mereka berniaga telah musnah dalam satu kebakaran. Walaupun tiada kemalangan jiwa, sebahagian besar barang perniagaan tidak dapat diselamatkan. Perniagaan Arif Sate Kajang tidak dapat diteruskan buat seketika bagi mencari tapak perniagaan yang baru. Hilang dalam sekelip mata punca pendapatan mereka. Selepas itu, barulah mereka mendapat satu tapak baru di sebuah restoran. Namun, pada permulaannya, sambutan yang diterima di tempat baru ini tidak begitu baik. Malah, ada ketikanya mereka terpaksa pulang dengan tangan kosong. Namun, mereka tetap bertahan dan berharap agar perniagaan yang mereka usahakan ini akan pulih kembali seperti sebelumnya.

Alhamdulillah, setelah beberapa lama, Arif Sate Kajang kembali bernafas semula. Mereka mula menerima pelanggan-pelanggan baru yang seterusnya menjadi pelanggan tetap Arif Sate Kajang oleh kerana keunikan dan rasa asli pada sate Arif Sate Kajang ini. Pelanggan lama juga mula berkunjung semula di tempat baru ini setelah mengetahui lokasi baru mereka. Pelanggan lama mereka ini juga mengakui yang mereka memang tercari-cari akan lokasi baru Arif Sate Kajang selepas kejadian kebakaran dahulu.

Arif Sate Kajang sememangnya menjadi sebutan pelanggan. Mereka menyatakan bahawa selain harga yang berpatutan, rasa sate yang asli dan dibakar secara tradisional menggunakan arang hanya ada pada sate ini sahaja. Daging yang lembut serta adunan perapan yang menggunakan resipi tradisi merupakan kelebihan Arif Sate Kajang dan akan terus dikekalkan selama-lamanya.

Apabila ditanya berkenaan cabaran lain yang pernah dialami, Arif Sate Kajang menyatakan bahawa kenaikan harga barang dan bahan mentah yang sering juga berlaku mengganggu kelancaran urusan perniagaan mereka selain mendapat persaingan daripada perniagaan besar dari segi mendapatkan bekalan bahan mentah.

Namun cabaran yang paling besar yang pernah dihadapi adalah apabila berlakunya pandemik COVID-19 yang melanda ke seluruh dunia. Golongan peniaga terutamanya peniaga kecil adalah yang paling terkesan daripada pandemik ini. Mereka tidak dapat menjalankan perniagaan atas arahan kerajaan dan sekaligus menjadikan mereka hilang punca pendapatan seketika. Keadaan ini berterusan agak lama sehingga ada di kalangan peniaga yang tidak mampu bertahan dan mengambil keputusan untuk gulung tikar. Arif Sate Kajang juga terkesan dengan situasi ini tetapi masih mampu untuk bertahan. Pelbagai usaha telah dijalankan demi kelangsungan hidup dan untuk terus bertahan. Oleh kerana perniagaan tidak dibenarkan untuk berada di lokasi, pasangan suami dan isteri ini mengambil inisiatif untuk menjalankan perniagaan di rumah. Mereka juga telah menambah menu lain seperti laksa dan mee kari serta memberi perkhidmatan menghantar makanan ke rumah pelanggan. Walaupun hasilnya tidak seperti waktu berniaga sebelum berlaku pandemik COVID-19, pendapatan mereka cukup untuk menampung keperluan harian mereka.

Kini keadaan pandemik semakin pulih dan Arif Sate Kajang sudah mula beroperasi seperti sebelumnya. Namun, kegiatan ekonomi yang agak merudum menyebabkan pelanggan lebih berhati-hati ketika berbelanja. Ini secara tidak langsung menjejaskan pendapatan peniaga-peniaga kecil kerana kemerosotan kehadiran pelanggan seperti kebiasaannya. Kesukaran ini ditambah pula dengan kenaikan harga barang yang kini ada yang hampir mencecah seratus peratus yang menimbulkan kesukaran pada peniaga untuk terus mengekalkan harga jualan mereka. Mereka terpaksa berpuas hati dengan keuntungan yang amat kecil di samping jumlah jualan yang tidak seperti dulu. Begitulah realiti antara kisah jatuh dan bangun usahawan-usahawan kecil. Walaupun begitu, kecekalan pasangan ini sangat memberi inspirasi kerana segala cabaran ditempuhi dengan semangat juang yang amat tinggi. Apa yang dibanggakan dengan perusahaan kecil ini adalah mereka mampu menyara keluarga sehingga berjaya menghantar anak-anak mereka ke menara gading.



Sate ayam di Arif Sate Kajang- sumber dari Arif Sate Kajang

USAHAWAN FISIOTERAPI

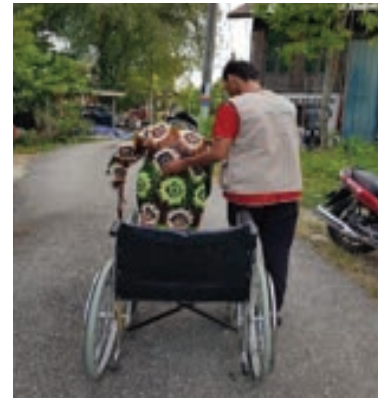
Penulis: Mohamad Hafiz Abu Seman¹

¹ Fakulti Sains Kesihatan, UiTM Cawangan Pulau Pinang

Peluang pekerjaan bagi graduan fisioterapi adalah sangat luas dan mempunyai permintaan yang tinggi dalam masyarakat bukan sahaja dalam negara tetapi di luar negara juga. Sebagai graduan fisioterapi, mereka boleh memilih untuk bekerja di klinik, hospital swasta ataupun hospital kerajaan. Selain itu, ada yang memilih untuk bekerja sendiri dan memulakan perniagaan perkhidmatan fisioterapi secara persendirian.

Pengalaman peribadi penulis sebagai seorang graduan fisioterapi telah memilih untuk tidak bekerja di mana-mana pusat pemulihan dan memulakan perniagaan fisioterapi sendiri. Kelebihan yang ada pada graduan fisioterapi membolehkan mereka untuk memulakan perniagaan perkhidmatan rawatan fisioterapi tanpa memerlukan modal. Kemahiran atau teknik manual merupakan aset penting dan sangat mahal yang membolehkan seseorang itu membawa diri mereka lebih ke hadapan dan mendapatkan permintaan yang tinggi dalam kalangan pesakit untuk mendapatkan rawatan.

Setelah tamat pengajian ijazah fisioterapi pada bulan Jun 2018, penulis telah mendaftarkan perniagaan fisioterapi di Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) dan memulakan rawatan fisioterapi secara bergerak dari rumah ke rumah sepenuhnya pada bulan Ogos 2018. Walaupun penulis hanya mempromosikan rawatan fisioterapi di aplikasi WhatsApp dan laman Facebook sahaja, jumlah pelanggan boleh mencapai sehingga lima ke tujuh slot tempahan rawatan dalam masa sehari. Penulis memilih untuk cuti selama satu hari sahaja iaitu pada hari Jumaat memandangkan perniagaan perkhidmatan fisioterapi ini dijalankan secara bersendirian.



Latihan berjalan bagi pesakit strok. (Sumber gambar daripada penulis)

Bayaran untuk satu sesi rawatan fisioterapi adalah sekitar RM100.00. Sekiranya sehari dipenuhi dengan lima sesi rawatan, penulis mampu memperoleh pendapatan kasar sehari sebanyak RM500.00. Jika penulis bekerja selama enam hari dalam masa seminggu, jumlah pendapatan kasar boleh mencecah sehingga RM3000.00 seminggu. Oleh itu, pendapatan bulanan penulis boleh mencecah sehingga 5 angka. Sungguh menakjubkan!

Walaupun begitu, setiap perniagaan akan mengharungi waktu yang sukar jika kesihatan tidak mengizinkan serta kenderaan yang digunakan untuk ke rumah pesakit mempunyai masalah ataupun rosak. Itu adalah lumrah jika ingin menjadi usahawan. Penulis mempunyai niat yang ikhlas untuk merawat pesakit dalam menjalani hidup yang lebih baik. Penulis juga mempunyai hati yang cecal dalam harungi ujian atau masalah yang timbul.



Sebagai dorongan kepada rakan fisioterapi serta graduan fisioterapi di luar sana, cintailah kerjaya anda. Terdapat banyak ruang dan peluang untuk menjana pendapatan dengan kemahiran yang ada pada diri anda yang mungkin tiada pada orang lain. Selain itu, penulis sentiasa juga mengemaskini dan menambah ilmu baru berkaitan teknik fisioterapi agar rawatan yang disampaikan kepada pesakit lebih berkesan dan efektif. Penulis juga melanjutkan pelajaran ke peringkat sarjana selain menjalankan rawatan fisioterapi dan berjaya menamatkan pelajarannya dengan ijazah kelas pertama serta mendapat anugerah dekan pada setiap semester. Peristiwa ini memberitahu anda bahawa tiada alasan untuk anda tidak berjaya menjadi usahawan fisioterapi yang hebat dan disegani oleh ramai pelanggan dan rakan-rakan.

Latihan senaman bagi pesakit strok terlantar (sumber gambar daripada penulis)

USAHAWAN BUMIPUTERA KINI BOLEH DIBANGGAKAN

Penulis: Dr. Muhammad Majid¹

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Menurut Profesor Stevenson daripada Sekolah Perniagaan Harvard, keusahawanan adalah kebijaksanaan untuk mengejar peluang tanpa mengambil kira sumber sedia ada. Tambah beliau, usahawan tidak boleh menjadikan kekurangan sumber sebagai halangan untuk berjaya. Semua sedia maklum bahawa bidang keusahawanan adalah satu bidang yang sangat mencabar dan memerlukan semangat daya saing yang tinggi, cekal dan kreatif untuk bersaing secara sihat baik di dalam mahupun di luar negara.

Pada suatu ketika, bidang keusahawanan di Malaysia selalu dikaitkan dengan kaum Cina, namun kini terdapat ramai usahawan bumiputera yang berjaya dan mampu berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dengan usahawan-usahawan lain di Malaysia dan lebih membanggakan mampu bersaing di peringkat antarabangsa.

Antara tokoh-tokoh usahawan bumiputera yang berjaya ialah pereka fesyen terkenal, Dato' Rizalman Ibrahim iaitu pengasas Rizalman Ibrahim *Group of Companies*, Dr. Soraya Rahim Ismail (*Boost Juice Bar* di Malaysia, Singapura dan Brunei), Ammar Roslizar (*ARBA Travel & Tours Sdn Bhd*), Muhammad Iqbal Ameer Ali (*Livescape Sdn Bhd*) dan selebriti terkenal, Noor Neelofa Mohd Noor (Naelofar).

Lebih membanggakan lagi ada di antara usahawan bumiputera ini yang mempunyai aset ratusan juta ringgit seperti Tan Sri Dr. Syed Azman Syed Ibrahim (*The Weststar Group*), Ahmayuddin Ahmad (*Westports Holdings*), Datuk Kamarudin Meranun (Airasia, kini dikenali sebagai *Capital A Bhd*), Tan Sri Azman Hashim (*AmBank Group*) dan Tan Sri Syed Mokhtar Shah Syed Nor Albukhary (*Albukhary Foundation*).

Usahawan-usahawan ini mempunyai jati diri yang cemerlang, bijak mengambil peluang dan tidak mudah untuk berputus asa. Mereka juga berani mengambil risiko dan berani membuat keputusan. Ciri-ciri inilah yang perlu ada pada setiap usahawan bagi memastikan mereka mampu bersaing di dalam negara dan di peringkat global.

Oleh itu, para usahawan bumiputera perlu percaya dan yakin bahawa mereka juga mampu untuk bersaing secara sihat dan berjaya menguasai bidang perniagaan. Hal ini penting kerana, setakat 2019 hanya 40 peratus syarikat yang telah didaftarkan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) dimiliki oleh usahawan bumiputera.

Pada masa yang sama, usahawan bumiputera boleh bekerjasama dengan usahawan kaum lain. Contoh terbaik adalah, Datuk Kamarudin Meranum yang mempunyai rakan kongsi berlainan bangsa iaitu Tan Sri Dr. Anthony Fernandes. Tidak boleh dinafikan, gabungan kedua-dua tokoh usahawan ini berjaya menjadikan Air Asia Berhad (kini dikenali sebagai *Capital A Bhd*) sebagai sebuah syarikat penerbangan tambang murah terbaik dan terkemuka di dunia.

Di samping itu, bakal-bakal usahawan perlu diingatkan untuk membuang persepsi bahawa ilmu pengetahuan formal tidak penting dalam keusahawanan. Jika dilihat kembali, kebanyakan tokoh-tokoh usahawan yang dinyatakan mempunyai pendidikan formal yang banyak membantu menjadikan mereka usahawan yang berjaya dan cemerlang.

Oleh yang demikian, diharapkan lebih ramai golongan bumiputera menceburi bidang perniagaan dan seterusnya mampu untuk mencipta pekerjaan dan melakar kejayaan. Perkara ini penting untuk meningkatkan ekonomi negara, taraf hidup masyarakat dan menjadi pemangkin kepada ketenteraman dan keharmonian di negara ini.

MEMBANGUN MINDA, HATI DAN JIWA USAHAWAN

Penulis: Afizan Bin Amer¹ dan Siti Hajar Binti Md. Jani²

^{1,2} Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan

Pembinaan minda keusahawanan amat penting untuk kejayaan seseorang, khususnya kepada usahawan dan yang bukan usahawan. Sudah pasti, seseorang wajib mempunyai minda keusahawanan untuk kejayaan perniagaan.

Namun, minda keusahawanan ini boleh diaplikasikan dalam kehidupan mahupun semua jenis kerja yang kita lakukan, bukan hanya setakat di dalam perniagaan tetapi termasuk juga pekerja swasta, penjawat awam, buruh, juruteknik dan sebagainya. Kita perlu mempelajari dan mengaplikasikan minda keusahawanan dalam pekerjaan masing-masing.

Jika ini dapat diaplikasikan, majikan akan mendapat banyak faedah daripada kerja kita. Selain itu, kita juga akan mendapat faedah yang besar dalam bentuk memperkembangkan potensi diri sebagai individu. Usahawan berjaya dalam perniagaannya kerana dia mempunyai sifat atau ciri-ciri tertentu sebagai seorang usahawan. Antara yang paling penting ialah ciri-ciri keusahawanan ini dibina meliputi minda, hati dan jiwa.

Apakah minda keusahawanan?

Ciri-ciri yang pertama usahawan adalah mempunyai minda yang fokus terhadap pelanggan mereka. Usahawan perlu memikirkan kepuasan pelanggan mereka sepanjang masa. Mereka akan memikirkan peningkatan kualiti berterusan dalam menguruskan pelanggan mereka dan mengatakan esok bermula daripada hari ini. Menurut Tom Peters, pengarang *In Search of Excellence*, obses dengan perkhidmatan pelanggan adalah salah satu ciri terpenting dalam perniagaan yang berjaya. Perkara yang sama juga dinyatakan oleh Brian Tracy, pengarang *Get Smart!*



Berlawanan dengan minda keusahawanan ialah minda korporat. Pemikiran korporat ini, sama ada kita sedar atau tidak, menjangkiti kebanyakan para pekerja, pengurus dan juga eksekutif syarikat. Di mata mereka, pelanggan atau pengguna adalah pengacau.

Sesuatu yang harus disimpan sejauh mungkin. Jika perlu, mereka tidak akan berurusan dengan pengguna yang suka merungut sebaik sahaja mereka membeli produk atau perkhidmatan mereka.

Sumber tenaga kerja di syarikat hanya setakat melakukan kerja mereka. Melaksanakan tugasnya untuk menggembirakan bosnya dan mengikut peraturan supaya dia tidak dipecat. Kebanyakan pekerja tidak dapat merasakan bahawa mereka adalah sebahagian daripada organisasi. Mereka tidak merasakan ada kaitan antara peristiwa dalam syarikat dengan personaliti mereka. Mereka datang bekerja sebelum waktu kerja dan keluar sejurus waktu kerja tamat. Lebih banyak masa bekerja dihabiskan untuk perkara yang tidak berkaitan dengan kerja. Apabila di rumah, perkara tentang kerja hilang di fikiran mereka.



Ciri kedua minda keusahawanan ialah komitmen. Sebilangan penyelidik telah membuat kesimpulan bahawa lebih daripada 60 peratus pekerja di syarikat kecil atau besar mempunyai sikap tidak endah terhadap syarikat mereka. Mereka masih pergi bekerja dan melakukan kerja mereka. Akan tetapi, fikiran mereka melayang ke tempat lain semasa bekerja. Mereka masih mencari peluang pekerjaan di tempat lain dengan menyerahkan *Curriculum Vitae* mereka ke *LinkedIn*, *JobsDB* dan sebagainya.

Komitmen atau kesetiaan adalah kunci kejayaan syarikat. Pekerja yang mempunyai pemikiran keusahawanan memperlihatkan diri mereka sebagai pekerja bebas. Mereka merasakan syarikat itu adalah syarikat mereka sendiri. Mereka ini bersedia menerima tanggungjawab sepenuhnya terhadap hasil kerja mereka. Mereka juga memberi tumpuan kepada pengguna, bantu syarikat mencari cara untuk meningkatkan jualan dan meningkatkan perkhidmatan pelanggan. Mereka juga sentiasa berfikir untuk menyumbang lebih kepada kejayaan syarikat. Salah satu caranya adalah mempelajari beberapa perkara baru dan cuba meningkatkan kemahirannya.

Sifat seorang usahawan

Memiliki jiwa seorang pemimpin merupakan ciri-ciri mereka yang memiliki minda usahawan. Ini adalah kerana seorang usahawan perlu mengetuai perusahaan mereka sendiri. Sebagai seorang yang mempunyai minda usahawan, kita harus mempunyai cara berfikir yang positif, terutamanya dalam mengambil sesuatu tindakan atau langkah yang akan dilakukan. Apabila selalu berfikir positif, seorang usahawan itu akan mempunyai sikap optimis agar mampu berkembang dan maju. Pola pemikiran sebegini boleh mengusir rasa takut akan kegagalan yang sering menghantui seorang usahawan.

Berani menghadapi risiko juga merupakan sifat penting seorang usahawan. Dalam perjalanan membina kejayaan, terdapat banyak risiko kerugian, kegagalan, penipuan dan risiko lain yang boleh menggugat kemajuan suatu perusahaan. Akhirnya, seseorang usahawan tidak hanya fokus pada masa hadapan tetapi sebaliknya seorang usahawan perlu mempunyai orientasi terhadap hasil yang dapat diperoleh. Dengan mempunyai orientasi pada hasil, setiap usahawan dapat melakukan pekerjaan yang baik untuk membina usahanya.

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis.**

DARI JURUTERA KE DAPUR MASAK, CHE NOM RAIH RIBUAN RINGGIT

Penulis: Najwa Abd Ghafar¹ dan Nor Siti Khadijah Arunah²

^{1,2}Fakulti Sains Komputer dan Matematik, UiTM Cawangan Johor



Bermula dengan perkongsian resipi masakan ringkas di laman sesawang iresipi.com, kini Normah Bakar atau lebih mesra dikenali sebagai Che Nom bukan sahaja terkenal sebagai tukang masak selebriti di Malaysia, malah semakin mengembangkan sayapnya dengan memasarkan kandungan masakan dan kini bergelar usahawan moden. Beliau pernah bekerja sebagai seorang jurutera di salah sebuah syarikat telekomunikasi sebelum ini. Che Nom bernekad untuk menceburi bidang keusahawanan dengan memasarkan kandungan masakannya di laman *YouTube* dan menamatkan perkhidmatannya sebagai jurutera pada tahun 2019. Istilah pemasaran kandungan ini bukan bermaksud tontonan yang berbayar semata-mata, tetapi ia dikaitkan dengan cara *content creator* memperoleh pendapatan dari tontonan orang ramai di *YouTube*. Berdasarkan polisi *YouTube*, setiap video yang dimuat naik berpeluang untuk meraih keuntungan sekiranya akaun yang dimiliki melepasi syarat minimum tontonan.



Bagi yang belum pernah menonton video masakan Che Nom, wanita anak kelahiran negeri Kedah ini memulakan perjalanan beliau sebagai seorang *youtuber* sejak tahun 2013 lagi. Semakan terkini di laman *YouTube* Che Nom menunjukkan statistik bilangan tontonan sebanyak 199,272,799 dengan 1.61 juta pengikut. Persoalannya, bagaimanakah Che Nom menghasilkan video yang menarik sehingga dirinya menjadi satu inspirasi?

Menerusi tinjauan ke laman *YouTube* Che Nom, masakan yang dihasilkan Che Nom adalah masakan yang ringkas dan terdapat juga masakan juadah yang tular di Malaysia seperti menu ayam goreng pedas Korea, bebola daging IKEA dan *Prosperity Burger McDonalds*. Pemilihan resipi yang dibuat kebanyakannya tidak terlalu sukar untuk dihasilkan dan durasi video yang dihasilkan juga pendek iaitu dalam lingkungan lapan hingga dua belas minit sahaja. Pemilihan kandungan video yang menarik dan ringkas memberi impak yang besar kepada penonton kerana ia akan menarik perhatian penonton serta membuktikan proses memasak sesebuah juadah itu tidaklah terlalu rumit.

Selain daripada menu masakan yang menarik, usahawan moden ini juga kerap dikaitkan dengan hasil videonya yang jelas, terperinci dan estetik. Beliau meningkatkan jumlah tontonan pada setiap video yang dihasilkan dengan memastikan setiap video mempunyai suntingan yang kemas dan pencahayaan yang sesuai dengan berkonsepkan suasana dapur. Sudut video yang disunting tidak dipandang remeh kerana kebanyakan video masakan yang beliau hasilkan telah disunting dari sudut yang amat sesuai untuk penonton melihat setiap proses masakan yang berlaku. Perkara ini dapat memikat hati sesiapa yang menonton kerana proses masakan tidak boleh diuraikan dengan kata-kata tanpa melihat sendiri proses pembuatannya.

Seterusnya, untuk menghasilkan sebuah video yang berkualiti tinggi, bunyi juga memainkan peranan penting. Kita dapat melihat dari setiap video masakan Che Nom, bunyi hirisan bawang, bunyi tumisan dan bunyi gorengan setiap masakan beliau boleh membuatkan sesiapa sahaja yang melihatnya akan terliur. Tarikan dari bunyi yang jelas dikenali juga sebagai ASMR menyebabkan penonton gemar menonton dan mencuba resipi yang beliau kongsikan. Suara latar yang beliau masukkan juga mempunyai deskripsi yang amat jelas tentang apa yang perlu dan tidak perlu dilakukan dalam setiap proses masakan.



Jadi, betulkah dengan memasarkan kandungan secara dalam talian di *YouTube* dan platform dalam talian yang lain boleh mendapatkan pulangan yang lumayan? Pada tahun 2021, Che Nom sendiri pernah membuat pengakuan di media sosial beliau bahawa sebuah video masakan yang dihasilkan dapat memberi pulangan mencecah tujuh ribu ringgit, dimana video tersebut telah mendapat lebih daripada 180 ribu tontonan. Che Nom juga telah mendirikan sebuah laman sesawang (*resepichenom.com*) untuk pengikutnya kunjungi.

Walaupun kerjaya sebagai *content creator* ini nampak menarik, menjadi seorang usahawan moden yang berjaya dalam pemasaran kandungan sebenarnya bukanlah sesuatu yang mudah. Untuk menarik minat penonton, pengusaha kandungan ini perlu memastikan setiap video yang dihasilkan dapat memberikan impak kepada penonton. Bagi penghasilan kandungan masakan seperti Che Nom, video resipi yang dihasilkan haruslah menepati citarasa umum penonton dan ini dapat dilihat dari maklum balas positif yang diberikan oleh penontonnya. Demi mencapai matlamat ini, banyak kerja di belakang tabir yang perlu dibuat sebelum memilih sesuatu juadah sebagai satu kandungan di laman *YouTube* beliau. Sekiranya anda mempunyai minat dalam pemasaran resipi masakan secara dalam talian, jadikan video Che Nom sebagai inspirasi kandungan anda.

Rujukan Gambar:

-<https://www.utusan.com.my/premium/2021/12/che-nom-sohor-miliki-1-4-juta-pengikut-d>

-<https://www.youtube.com/channel/UCDBiRjU16xo86mgs1E8sUw>

MUTIARA KATA PEMBANGKIT SEMANGAT

Penulis: Che Faridah Che Mahmood¹

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Kata-kata hikmah atau kata-kata mutiara mampu memberi inspirasi kepada individu dalam mengharungi kehidupan. Apatah lagi apabila berdepan dengan pelbagai kekangan dalam urusan pekerjaan. Petikan kata-kata hikmah merupakan pencetus tenaga bagi menahan kita untuk tidak berhenti di pertengahan jalan. Begitu juga dalam menguruskan perniagaan, usahawan akan mengalami musim pasang surutnya. Tidak mustahil apabila diuji dengan dugaan besar, sesetengah usahawan akan terdetik untuk berputus asa. Namun, kebanyakan akan tersentak dan melantun kembali ketika mengingati kehadiran ujian itu adalah normal dan ada hikmah di sebaliknya. Ada pula yang menghela nafas panjang dan mengingati kata-kata nasihat seseorang untuk kembali bangkit dan terus berikhtiar mencari jalan penyelesaian.

Kata-kata hikmah ini tidak boleh dipandang ringan. Jack Ma, pengasas Alibaba Group dan antara pemegang saham



terbesar dalam Alipay mengharungi pelbagai kegagalan semenjak bangku sekolah sehingga ke peringkat mencari pekerjaan dan menceburi bidang perniagaan. Namun, semua kegagalan tersebut diambil iktibar dengan kata-kata, "Tidak mengapa jika saya gagal. Sekurang-kurangnya saya telah memberitahu konsep itu kepada orang lain. Walaupun saya tidak berjaya, mungkin seseorang lain akan berjaya".

Begitu juga dengan mendiang Steve Jobs, pengasas komputer Apple yang pernah menyuarakan, "Jika saya mencuba yang terbaik dan gagal, setidaknya saya telah



melakukan yang terbaik". Perkataan "terbaik" itu menjadi fokus utama dan "gagal" ditolak tepi kerana yang pasti setiap tindakan yang diambil akan ada dua keputusan sama ada berjaya atau gagal. Justeru, jika sesuatu tindakan tidak memberi pulangan, renungan sejenak segala usaha yang dicurahkan itu adalah terbaik yang pernah dilaksanakan jika dibandingkan dengan sebelumnya. Malah, tindakan yang diambil seterusnya akan menghasilkan sesuatu dengan lebih baik seperti yang ditempuhi oleh Thomas Alva Edison iaitu antara pencipta mentol lampu pertama, "Saya tidak gagal, saya hanya menemui 10,000 cara yang tidak berkesan".

Merenung sejenak itu mempunyai pelbagai bentuk. Ada yang bersandarkan kepada ajaran agama masing-masing dan ada yang mengimbau kembali pengorbanan mereka yang terdekat dengan usahawan. Malah, ada yang mengingati pesanan, nasihat dan kata-kata hikmah yang dipegang sebagai pembakar semangat.



Kata-kata semangat akan terus memotivasikan diri untuk bertahan dan menguatkan diri. Namun, terpulang kepada usahawan sendiri. Kekuatan diri lahir bukan dengan mengomel tetapi terbina daripada kecekalan dalam perjuangan untuk merubah keadaan yang sedang dihadapi. Meskipun diterima dengan nasihat atau beratus kata-kata hikmah, andai usahawan tidak berganjak sejenak untuk memperbaiki keadaan, semua itu tidak akan berbekas dan sekadar omongan kosong semata-mata. Bak kata pepatah, "Hidup memerlukan pengorbanan. Pengorbanan memerlukan perjuangan. Perjuangan memerlukan ketabahan. Ketabahan memerlukan keyakinan. Keyakinan pula menentukan kejayaan. Kejayaan pula akan menentukan kebahagiaan".

pula menentukan kejayaan. Kejayaan pula akan menentukan kebahagiaan".



Justeru, ketika diri merasakan lelah untuk meneruskan perniagaan, kita wajarlah melangkah setapak ke belakang dan menarik nafas secara mendalam sambil mengingati usaha kita dan pengorbanan orang sekeliling kita. Kita perlu mengingat kembali siapa dan apa yang membantu sehingga kita berjaya pada waktu ini. Sekiranya ada nasihat dan kata-kata hikmah yang pernah membangkitkan diri, genggam eratlah kata-kata itu.



Pada masa yang sama, ajaran agama perlu diutamakan dengan banyak bermuhasabah kerana setiap dugaan yang menimpa itu akan mengikut kemampuan diri. Kita perlu yakin bahawa tidak akan sekali kita diuji melangkaui keupayaan kita. Imbau kembali ujian lepas, terasa berat pada awalnya tetapi kita terus bangkit dan berjaya meneruskan kehidupan. Dalam al-Quran, Allah SWT jelas berfirman yang Allah tidak akan sekali-kali membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Al-Baqarah: 286). Dalam surah Al-Insyirah, ayat 5-6 pula mempamerkan bahawa Allah SWT menegaskan "Kerana sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

Sudah terang lagi bersuluh, usahawan semestinya mantap, tegar dan positifkan minda dengan kata-kata hikmah daripada pelbagai rujukan sebagai hiburan terbaik saat ditimpa kesusahan. Mungkin dengan cara ini tercetus semangat untuk mengembalikan keyakinan, seterusnya merefleksi dan mengoreksi diri demi kelangsungan kehidupan sebagai usahawan.

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Google.**

TANAM ANGGUR DI MALAYSIA: REALITI ATAU KHAYALAN?

Penulis: Mohd Syazrul Hafizi Husin¹, Anita Abu Hassan², Azlan Abdul Rahman³, Sharina Saad⁴ dan Razanawati Nordin⁵

¹ Kolej Pengajian Seni Kreatif, ² Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, ^{3,4,5} Akademi Pengajian Bahasa, UiTM Cawangan Kedah

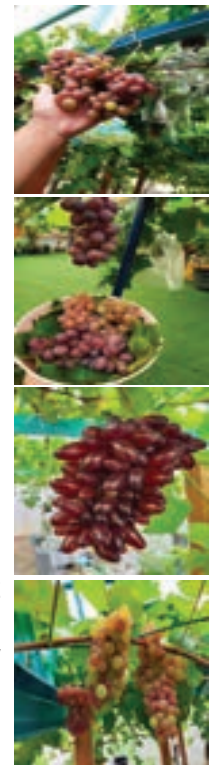
Jika tidak dipecahkan ruyung, manakan dapat sagunya. Semenjak dari alam kanak-kanak lagi penulis sering membayangkan betapa indahnya bumi Malaysia seandainya dipenuhi dengan pokok-pokok anggur yang subur menghijau di laman rumah sendiri seperti di negara-negara beriklim sejuk. Kini, ternyata angan-angan yang diimpikan sejak kecil boleh menjadi realiti. Bahkan hobi yang datangnya dari suka-suka boleh juga menjadi sumber pendapatan sampingan keluarga. Penulis sendiri telah berjaya menanam pelbagai jenis pohon anggur dan ianya ternyata mampu tumbuh subur dan berbuah lebat serta manis di tanah air sendiri. Ilham untuk mencuba menanam pohon anggur ini bermula sejak tahun 2019 di mana pada ketika itu Malaysia dan seluruh dunia sedang menghadapi ancaman virus Covid-19. Bermula dari Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang telah dilaksanakan di seluruh negara pada ketika itu dan polisi bekerja di rumah telah digunapakai oleh kebanyakan majikan. Manfaat ini digunakan sebaiknya dengan beberapa pohon anggur berjaya ditanam. Anak-anak pokok anggur ini yang dulunya hanyalah setinggi dua kaki, kini telah mencapai usia yang matang serta mampu mengeluarkan hasil buah yang cukup banyak dan lebat. Antara jenis pohon anggur yang telah berjaya mengeluarkan buah ialah anggur *Jupiter*, *The Dream*, *Early Campbell*, *Aroma Delight*, *Red Shine Muscat*, *Vanessa*, *Baikunur*, *Glasha*, *Ninel*, dan *Delora*.

Keunikan anggur *Jupiter* ialah pohon ini mampu mengeluarkan buah seawal usia lima bulan selepas tanam. Rasa buahnya yang manis dan beraroma seakan buah laici cukup membuatkan sesiapa yang merasainya terpesona. Anggur jenis *Baikunur* pula mempunyai bentuk buah yang bujur dengan isinya yang lazat manis bersari. Manakala anggur *Aroma Delight* pula mempunyai rasa dan bau yang harum persis buah mangga. Penulis berpendapat, pemilihan pohon anggur dari jenis yang jarang dijual di pasar raya adalah satu pilihan yang tepat dan sesuai diusahakan bagi tujuan pengkomersilan hasil buahnya. Selain itu, anak pokok juga mendapat sambutan dan mempunyai pasaran yang baik di Malaysia. Rakyat Malaysia sangat teruja untuk menanam dan menikmati hasil buah anggur pokok sendiri. Harga setiap anak pokok adalah berbeza bergantung kepada jenis induknya dan setiap anak pokok mampu dijual dengan harga RM100.00 - RM200.00 mengikut harga pasaran. Memang lumayan jika banyak permintaan.

Pohon anggur tidak memerlukan penjagaan yang rumit. Pada usia awal tanaman (fasa vegetatif), pemberian baja seperti tinja kambing dan baja subur NPK 16:16:16 perlu ditabur selang dua minggu sekali di atas media tanaman. Apabila usia pohon memasuki usia generatif (tujuh bulan ke atas) pohon anggur perlu diberikan baja buah setiap minggu selama satu bulan seperti baja yang tinggi potasium, kalsium dan kalium. Pemberian baja secara berkala dan konsisten amat penting bagi menjamin pengeluaran hasil yang optimum. Setelah pemberian baja buah selama empat minggu berturut-turut, pohon anggur perlu dipangkas kesemua daun dan ranting-ranting tersiernya dan cuma meninggalkan tiga hingga empat mata tunas (*bud*) sahaja. Mata tunas inilah yang akan pecah (*bud break*) setelah 14 hari dan mengeluarkan bunga bersamanya. Bagi mengelakkan buah dan daun dijangkiti kulat atau penyakit karat daun, penulis telah menanam pohon-pohon anggur di bawah bumbung lutsinar agar pohon terhindar dari terkena air hujan tetapi masih mendapat cahaya matahari yang mencukupi. Air hujan mengandungi asid yang boleh meningkatkan risiko daun dan buah anggur menjadi rosak. Penggunaan racun kimia dipraktikkan semimumimum yang mungkin kerana kesannya pada ekosistem alam. Sebagai alternatif, menghasilkan racun kimia organik sendiri sebagai kawalan serangga perosak yang boleh membantutkan pertumbuhan pohon anggur.

Bagi mereka yang ingin mencuba mengusahakan tanaman anggur berkala besar, sistem para di dalam rumah hijau (*green house*) amat digalakkan. Sistem para ialah di mana dahan-dahan anggur berpaut di atas para dan menghasilkan gugusan buah yang berjuntai dari atas. Bagi yang ingin menanam di halaman rumah dan tidak mempunyai ruang yang luas, agar dicadangkan menanam nya di dalam pasu. Biar apa jua kaedah penanamannya, ternyata pohon anggur sangat sesuai dengan iklim di Malaysia dan boleh dijadikan sebagai tanaman bagi tujuan komersial mahupun sebagai hobi berkebun di halaman rumah yang pastinya menguntungkan baik dari segi dapat memakan buah anggur yang bebas dari bahan kimia dan peluang untuk menambah pendapatan keluarga.

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Google.**



TREND USAHAWAN BUAT DUIT DENGAN “AMBASSADOR SHOPEE PROGRAMME”

Penulis: Dr Nor Farehan Omar¹, Nor Siti Khadijah Arunah² dan Najwa Abd Ghafar³

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, ^{2,3} Fakulti Sains Komputer dan Matematik, UiTM Cawangan Johor

Membeli-belah di *Shopee* tidak asing lagi bagi kita semua. Kita dapat membeli sekecil-kecil barang seperti pemadam, pensil hinggalah barangan elektronik berharga ribuan ringgit seperti telefon bimbit di *Shopee*. Kebanyakan daripada kita lebih selesa membeli secara dalam talian, apatah lagi di musim penularan wabak Covid-19 ini. Oleh itu, sambutan hangat pembelian di platform *Shopee* memberikan peluang terbaik kepada kebanyakan para usahawan daripada pelbagai peringkat umur mengambil peluang menjana pendapatan. Antaranya ialah melalui *affiliate marketing* yang dikenali juga sebagai “*Ambassador Shopee Programme*”.

Ramai di luar sana yang tidak tahu kewujudan program “*Ambassador Shopee*” atau dikenali juga dengan “*Shopee Affiliate Programme*”. Apa yang menarik perhatian penulis mengenai program ini ialah setiap pemilik akaun *Shopee* yang mempunyai akaun media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lain-lain platform boleh menyertai program ini tanpa memerlukan sebarang modal atau produk untuk dijual. Untuk pengetahuan semua, bukan sahaja *Shopee* yang mempunyai program ini, malahan syarikat-syarikat besar seperti *Lazada*, *Zalora*, *Alibaba*, *Watson*, *hotel.com* dan pelbagai lagi.

Bagaimana caranya? Mudah sahaja. Pemilik berdaftar *Shopee* haruslah mempunyai sekurang-kurangnya 1,000 pengikut atau *subscribers* di laman sosial masing-masing. Kemudian, pemilik akaun bolehlah mendaftar melalui *Involve Asia* dan mendapatkan link produk setelah sah menjadi salah seorang *Ambassador Shopee*. Beberapa *influencers* dikenali ramai banyak berkongsi pengalaman membeli di *Shopee* dan berkongsi pautan di laman sesawang mereka. Antara *influencer* yang boleh dijadikan contoh seperti @thepinkstiletto dan @dinashuz.



Melalui pengalaman penulis sendiri, kebanyakan produk-produk yang dibeli di *Shopee* ialah hasil daripada perkongsian influencers memandangkan produk-produk yang dibeli dapat dilihat dari segi fungsi, kualiti dan semestinya harga yang berpatutan. Selain itu, mereka juga akan membuat beberapa demonstrasi penggunaan barang tersebut dan memberikan penilaian untuk dijadikan rujukan kepada pengikut-pengikut mereka.

Komisyen? Semestinya, ini adalah merupakan antara sebab utama ramai yang di luar sana mengambil peluang menjana pendapatan secara online tanpa memerlukan sebarang produk mahupun modal. Komisyen yang ditawarkan bergantung kepada kategori produk yang dipromosikan iaitu antara 7-8 peratus bagi sesuatu produk yang terjual. Menurut beberapa perkongsian di dalam kalangan mereka yang menyertai program ini, pendapatan bulanan boleh mencecah sehingga lima angka.

Sumber: IG Influencer

Kesimpulannya, jika anda mempunyai kemahiran menarik trafik di laman sosial, mempunyai minat yang tinggi membuat review barangan di *Shopee*, apa kata anda juga boleh menyertai *Shopee Affiliate Programme* ini? Selain daripada dapat membeli-belah di *Shopee*, anda juga boleh menjana pendapatan secara tidak langsung.

Rujukan Gambar:

- Gambar dari profil Instagram pemilik akaun @thepinkstiletto <https://www.instagram.com/thepinkstiletto/?hl=en>
- Gambar dari profil Instagram pemilik akaun @dinashuz <https://www.instagram.com/dinashuz/?hl=en>

PERUSAHAAN KUIH RAYA OLEH EZAH ZAKARIA

Penulis: Tismazammi Mustafa¹ dan Fadhilah Mohd Ishak@Zainudin²

^{1,2} Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Kelantan

Bulan Ramadhan sering ditunggu-tunggu oleh umat Islam. Selain dari menjadi bulan yang istimewa dan penuh berkat, bulan ini sering diambil peluang oleh pelbagai masyarakat untuk menjana pendapatan tambahan sehingga boleh mencapai keuntungan berlipat kali ganda dari kebiasaan.

Perniagaan kuih raya misalnya adalah salah satu perniagaan yang mendapat permintaan yang amat tinggi di kalangan penduduk Malaysia terutamanya menjelang bulan Ramadhan. Namun demikian, berikutan pandemik Covid-19 yang melanda

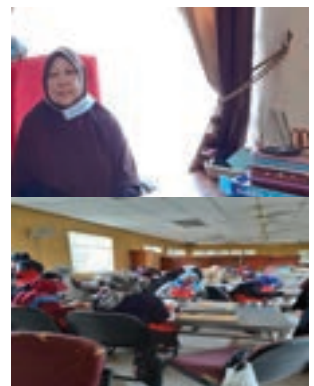
Malaysia pada awal tahun 2020 memberi kesan kerugian terhadap peniaga-peniaga kuih berikutan perintah kawalan pergerakan (PKP) yang dilanjutkan hingga bulan puasa. Oleh itu, kebanyakan peniaga terpaksa mengubah strategi perniagaan mereka.

Bagi pengasas usahawan kuih raya yang terkenal di negeri Kelantan, Puan Ezah binti Zakaria, yang berusia 57 tahun, tahun 2020 dan tahun 2021 adalah tahun yang sangat mencabar kerana perniagaan beliau juga terkesan akibat pandemik Covid-19. Oleh yang demikian, pada tahun 2021 ini, beliau telah mengubah strategi perniagaan dan beliau lebih menumpukan kepada kepelbagaian pengeluaran kuih raya berbanding sebelum ini yang lebih kepada pengeluaran kuih raya yang maksimum. Beliau yang pernah di anugerahkan Tokoh Usahawan Kelantan berkongsi pengalaman bagaimana beliau menghadapi situasi getir pandemik di mana pada tahun 2020 beliau menanggung kerugian besar kerana kuih raya tidak dapat dipasarkan secara menyeluruh. Justeru, pada tahun ini, beliau hanya menggunakan sistem pesanan melalui ejen dan pelanggan sahaja. Ini kerana beliau tidak mahu berlaku lambakan kuih raya seperti mana yang beliau hadapi pada tahun 2020.

Puan Ezah Zakaria berkongsi pengalaman beliau bagaimana beliau berjaya menjadi usahawan kuih raya yang dikenali di negeri Kelantan. Beliau mula melibatkan diri dalam bidang perniagaan ini seawal usia 20an sebagai peniaga kecil-kecilan dari rumah. Perniagaan kuih raya yang beliau jalankan mengalami pasang dan surutnya tetapi beliau tidak pernah berputus asa menghadapi cabaran dan ujian dalam perniagaan. Kini, syarikat yang diusahakan oleh Puan Ezah Zakaria telah beroperasi selama 27 tahun. Perniagaan kuih raya beliau turut mendapat bantuan kewangan daripada RISDA. Bermula dengan perniagaan kecil-kecilan dari rumah, kini beliau mempunyai kilang pembuatan kuih raya yang besar.

Kilang pembuatan kuih raya beliau beroperasi di Kampung Permatang Rambai, Pasir Puteh, Kelantan. Perniagaan kuih raya beliau banyak memberi peluang perniagaan pada penduduk setempat dan secara tidak langsung dapat membantu penjaan ekonom masyarakat setempat.

Beliau menasihati usahawan-usahawan muda yang menjalankan perniagaan kuih raya supaya tidak mudah putus asa dalam perniagaan. Ini kerana dalam perniagaan ada cabaran dan ujian yang berbeza-beza dan kita perlu sentiasa bergantung harap kepada Allah S.W.T agar mempermudah segala urusan perniagaan.



Gambar 1: Gambar Puan Ezah Zakaria

CENDERAHATI DAN HIASAN MODEN UKIRAN LASER

Penulis: Siti Hajar Alias¹

¹ Fakulti Sains Gunaan, UiTM Cawangan Negeri Sembilan

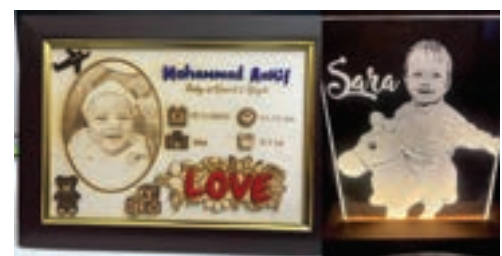
Cenderahati dan hiasan moden semakin mendapat tempat di dalam hati para pengguna pada masa kini. Pelbagai hiasan seperti potret, label tudung, kerongsang dan rantai kunci boleh dihasilkan dengan cara mengukir dan memotong menggunakan laser.

Cenderahati ukiran laser juga dijadikan sebagai hadiah sempena hari kelahiran, persaraan, hari guru dan lain-lain kerana boleh meletakkan kata-kata ucapan dan gambar tanda ingatan. Oleh itu, produk yang dihasilkan daripada ukiran laser ini menjadi nilai hasil seni yang sangat istimewa.

Tanpa menggunakan kaedah lama seperti menggunakan tukul, pahat, gergaji serta peralatan tradisional lain untuk membuat produk cenderahati, mesin ukiran laser telah digunakan secara meluas pada masa kini. Kemunculan mesin ukiran laser dengan modal yang agak rendah telah merancakkan industri ukiran laser.

Mesin ini boleh membuat pelbagai motif dan gambar seperti bunga, tumbuh-tumbuhan bahkan potret wajah manusia juga boleh diukir dengan teliti dan jelas. Selain itu, perkataan dan ayat Al-Quran yang halus juga boleh diukir menggunakan laser.

Dengan menggunakan mesin, pelbagai permukaan boleh diukir menggunakan mesin ini termasuk akrilik dan kayu. Akrilik seperti warna jernih atau telus dan pelbagai warna lain boleh digunakan, diukir dan kemudiannya dicat untuk dijadikan pelbagai motif dan ukiran yang menarik. Selain itu, pelbagai warna cat akrilik dan jenama juga telah banyak di jual di pasaran kini.



Potret wajah, gambar motif dan tulisan yang di ukir pada kayu dan akrilik

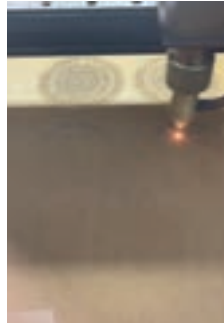
Mesin moden ini menggunakan perisian khas untuk mengukir dan memotong. Ia menggunakan sinar laser untuk mengukir dan memotong dengan tepat mengikut bentuk yang dibangunkan di dalam perisian komputer. Oleh itu, setiap rekaan perlu dibangunkan terlebih dahulu menggunakan perisian imej dan grafik seperti Inkscape, Adobe Photoshop atau Adobe Illustrator sebelum diukir dan dipotong menggunakan mesin laser.

Menurut Encik Mohammad Lutfi Mohd Afandi yang merupakan usahawan kecil dalam bidang ini, proses penghasilan hanya mengambil masa beberapa minit sahaja jika permukaan tersebut kecil. Walau bagaimanapun, kreativiti sangat diperlukan jika ingin menghasilkan rekaan yang cantik dan kreatif.

Oleh itu, mesin moden ini telah merancakkan industri-industri kecil ukiran laser dalam menyediakan produk-produk cenderahati dan hiasan yang pelbagai serta menarik.



Ukiran label tudung pada akrilik



Hiasan gantung di dalam kereta yang diukir menggunakan mesin laser dan kemudiannya dicat.



Ayat Al-Quran yang diukir menggunakan mesin laser.

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada usahawan ukiran laser dari Seni Fantasi Trading (Encik Mohammad Lutfi Mohd Afandi, facebook page: Seni Fantasi Trading) dan AB Art Trading (Puan Nurul Ain bin Mohd Afandi, facebook page: Ukiran laser).**

POPIA OH POPIA

Penulis:Noorsa Riza Johari¹, Khairil Anuar Bahari² dan Muhammad Shakir Zulkafli³

^{1,2,3} Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, UiTM Cawangan Pulau Pinang

Sinonim dengan keenakan popia goreng dan popiah basah, Popia Warisan Lah Pak Leh Permatang Rawa semestinya terkenal oleh penduduk sekitar bandar Bukit Mertajam, Pulau Pinang. Rata-rata pelanggan amat menyukai kekenakan dan kerangupan popia goreng ini. Resepi turun temurun popia dengan intinya yang diperisakan dengan sayur-sayuran terpilih menjadikan popia Warisan Lah Pak Leh ini menjadi juadah yang popular untuk minum petang.



Selain daripada popia goreng, popia basah juga menjadi pilihan pelanggan. Kulit popia basah yang dibuat secara homemade dan intinya yang sedap turut sama menjadi pilihan. Terkenal semenjak dulu lagi di serata masyarakat sekitar Bukit Mertajam menyukai popia Warisan Lah Pak Leh.

Harga yang berpatutan dan sedap menjadi pilihan orang ramai. Pada bulan Ramadhan pula, popia goreng dan popia basah ini menjadi juadah pilihan untuk berbuka puasa. Justeru itu, bagi orang luar atau pelancong yang datang ke Pulau Pinang, perkataan yang boleh dikatakan dengan lebih tepat lagi, jika mai ke Penang, mai singgah mai rasa..Sedappp bakkk hanggg.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis.**

DARI SURI RUMAH KE USAHAWAN BERJAYA

Penulis: Nor Sabrina Zahari¹, Suraya Husin² dan Nur Hazelen Mat Rusok³

^{1,2,3}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Kelantan

Ibarat cendawan tumbuh selepas hujan, kini menjadi trend apabila hari ke hari semakin ramai suri rumah yang langsung tiada asas dalam bidang perniagaan boleh menjadi usahawan berjaya. Asalnya mereka yang bergelar suri rumah ini terlibat dalam dunia perniagaan dengan niat ingin membantu suami untuk memberi kehidupan yang lebih baik untuk keluarga namun siapa sangka mereka mampu menjana pendapatan yang cukup membanggakan.

Bermula dari minat mendalam untuk melibatkan diri dalam perniagaan demi mengubah nasib keluarga. Pengasas produk Najeehah iaitu Puan Rosliza Hj Yaziz adalah antara usahawan yang berjaya membuktikannya. Najeehah merupakan jenama produk muslim yang menghasilkan produk berasaskan makanan sunnah serta produk penjagaan kesihatan bermula dari bayi sehingga ke warga emas. Kebiasaannya, sejak dari dulu lagi kebanyakan produk penjagaan kesihatan bayi seperti minyak telon merupakan produk keluaran bukan muslim dan sering diragui status halalanya. Namun hari ini, dengan adanya produk keluaran Najeehah seperti minyak telon bayi dan minyak aromaterapi merupakan sesuatu yang harus dibanggakan kerana usaha kerja keras seorang usahawan wanita Islam bergelar suri rumah asalnya berjaya mengangkat produk muslim ke pentas pasaran yang lebih dikenali masyarakat.



Gambar 1&2: Pengasas Produk Najeehah, Puan Rosliza Hj Yaziz. Sumber: Facebook Najeehah HQ

Pernah melalui saat berjauhan dengan suami, tiada pekerjaan, menjaga ibu yang sakit serta menjadi suri rumah menjaga anak-anak, Puan Rosliza berjaya membuktikan semua itu adalah pemangkin dan semangat beliau untuk terus berjaya. Walaupun pernah melalui fasa kegagalan dalam perniagaan namun beliau berjaya membuktikan bahawa seorang wanita yang bergelar suri rumah juga mampu menjadi seorang usahawan berjaya. Cita-citanya kini juga adalah untuk membantu suri rumah di luar sana terdorong dengan kejayaan yang dikecapi hari ini. Niat beliau untuk menjadikan produk keluaran syarikatnya dikenali bagi meyakinkan pengguna Islam untuk menggunakan produk berasaskan makanan sunnah merupakan satu cabaran dan impian besar yang perlu diteruskan.

Penglibatan diri dalam dunia perniagaan sememangnya memerlukan kekuatan dari segi keberanian dalam menghadapi risiko perniagaan namun kekuatan dan semangat bukan hanya disokong oleh suami dan keluarga yang membantu malah juga keinginan yang tinggi dalam mencari ilmu tentang perniagaan dan pemasaran. Sikap tidak berputus asa yang tidak pernah padam ini harus diteladani oleh usahawan muda masa kini yang menceburi dunia perniagaan. Di samping itu, beliau sentiasa menjadikan anak-anak, suami dan keluarga sebagai keutamaan walaupun sibuk dalam menguruskan perniagaan. Ternyata sikap itu memberi keberkatan dan membawa rezeki yang tidak disangka-sangka di dalam bidang perniagaan yang diceburi.



Gambar 3: Antara Pengiktirafan yang diperoleh Najeehah. Sumber: Facebook Najeehah HQ

Kini terbukti bahawa suri rumah hari ini adalah suri rumah luar biasa, yang berjuang bersama cita-cita dan impian masa depan di samping mendorong dan menggalakkan lebih ramai lagi wanita untuk lebih berani, komited dan berjaya dalam dunia perniagaan.

MENELUSURI BUMI TURKI: MENELADANI KONSEP BERNIAGA

Penulis: Dr. Rabitah Harun¹,

¹ Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Perlis.

Turki kini menjadi destinasi pilihan rakyat Malaysia untuk bercuti, mengembara, menimba ilmu, meluaskan perniagaan dan sebagainya. Kehebatan sejarah Islam pada zaman Uthmaniyah menjadikan negara Turki terus meniti di bibir setiap umat Islam.

Kehebatan pemimpinnya menjadikan Turki kekal gagah sehingga kini. Fakta ini telah mendorong penulis untuk meneroka keindahan yang ada serta mengambil ibrah dari sebuah negara Islam yang hebat dan dikagumi oleh semua golongan lapisan masyarakat.

Pada cuti semester Mac 2022, penulis berpeluang untuk mengembara buat kali ketiga ke beberapa destinasi menarik di Turki. Pengalaman percutian kali ini lebih menarik kerana sepanjang perjalanan kami diiringi pemandu pelancong anak jati Turki, yang berpengalaman dalam bidang pelancongan hampir 30 tahun.

Pelbagai maklumat dikongsikan kepada kami dari aspek sejarah, geografi, sastera, pentadbiran, politik, seni musik, makanan, budaya dan cara hidup masyarakat setempat. Selain itu, informasi berkaitan cuaca, ilmu perubatan dan kesihatan turut diterangkan kepada kami.

Rombongan kami merasa sangat beruntung bertemu dengan pemandu pelancong yang tidak lokek berkongsi ilmu. Jutaan terima kasih Encik Serkan untuk perkongsian ilmu sepanjang 9 hari 7 malam yang menjadikan musafir ilmu menjadi lebih bermakna.

Konsep perniagaan runcit yang berskala kecil menjadi satu daripada aspek yang ingin dikongsikan pada kali ini. Tidak lengkap rehlah ke Istanbul, sekiranya tidak menjejaki 'Grand Bazaar' dan 'Spices Bazaar'. Grand Bazaar yang terdapat sekitar 4,000 deretan kedai yang menjual pelbagai produk keluaran Turki sendiri seperti karpet, pakaian, beg, makanan, aksesori dan pelbagai lagi.

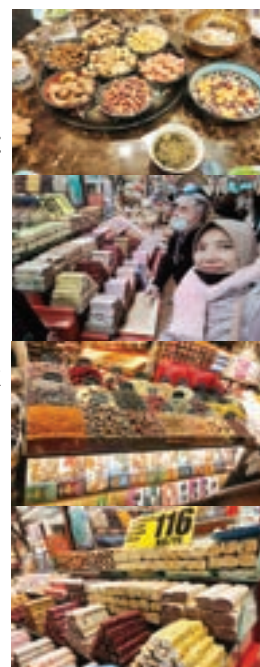
Apa yang menarik minat adalah cara mereka optimumkan ruang kedai yang sempit dengan cara susun atur barang yang sangat teratur dan menarik. Walaupun menjual produk yang sama, mereka mengamalkan persaingan yang sihat, dengan kaedah jualan serta promosi yang sedikit berbeza antara satu sama lain. Selain sifat peramah melayani pelbagai karenah pelancong, mereka tidak jemu untuk memujuk pelanggan sehingga berjaya closed-deal. Kaedah penetapan harga yang agak tinggi, kemudian diturunkan mengikut kebijaksanaan para pembeli semasa proses tawar-menawar. Sebagai pembeli kita semestinya bijak untuk membuat pilihan dan membeli pada harga yang berpatutan.

Setiap pembelian sebaiknya dinilai dalam mata wang Ringgit Malaysia (RM) supaya tidak tertipu dengan nilai Lira yang kian tinggi. Kalkulator menjadi keperluan utama semasa proses pembelian. Setiap harga yang ditawarkan oleh penjual dalam nilai Lira, hendaklah dibahagikan kepada 3:2 (kadar matawang semasa) untuk mendapat nilai dalam Ringgit Malaysia. Istilah "bijak membeli, gembira hati", itulah yang patut dipegang oleh rakyat Malaysia apabila membeli belah.

Kebanyakan penjual di bazar ini sangat menyantuni para pembeli dengan memberi peluang mereka merasai kesemua produk jualan. Sementara menunggu kawan membeli belah, kami telah disajikan dengan pelbagai jenis kacang serta hidangan minuman yang sangat lazat seperti teh epal, teh turki, teh herba dan lain-lain lagi.

Sifat pemurah dan tidak berkira penjual barangan di Turki untuk memberi pelanggan merasa produk yang dijual harus dicontohi oleh para peniaga. Memberi peluang pelanggan merasa serba sedikit produk yang dijual, tidak merugikan perniagaan malah boleh dijadikan sebagai satu kaedah promosi yang berkesan.

Bermanis muka dalam melayani karenah pelanggan adalah kunci untuk memperoleh hasil jualan yang lebih baik. Walaupun ada dalam kalangan mereka kurang fasih berbahasa Inggeris, mereka menggunakan 'body language' sebagai medium untuk berkomunikasi walaupun ada masanya dilihat umpama bicara ayam dan itik namun kedua-dua pihak sentiasa ceria dalam proses tawar-menawar sehinggalah selesai proses jual-beli.



Akhir kata, jom kita mengembara ke bumi Turki. Mari kita telusuri bumi yang penuh sejarah di lokasi unik gabungan Asia dan Eropah. Pasti negara Turki mempunyai empat musim berbeza dan tidak sama dengan negara kita. Ayuh, jadikan kembara kita sebagai satu ibadah. Mudah-mudahan, kembara ini menjadikan kita seorang yang kenal sejarah!

Firman Allah:

"Katakanlah (Wahai Muhammad): Mengembaralah kamu di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana akibat buruk (yang menimpa) orang-orang yang mendustakan (Rasul-Rasul) itu".

***Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis. (Al- An'aam: Ayat 11)

AGRO TOURISM SAWAH PADI @ SG SIREH, SEKINCHAN

Penulis: Adnan Zainal Abidin¹

¹ Fakulti Perakaunan, UiTM Cawangan Selangor

Sungai Sireh Sekinchan terletak kira-kira 90-kilometer dari Kuala Lumpur dengan penanaman padi sebagai kegiatan utama ekonomi setempat. Kekuatan ini dijadikan modal utama untuk aktiviti pelancongan. Namun begitu, minat penduduk bandar untuk menikmati "agro tourism" telah menjadikan kawasan ini dan Sekinchan amnya, terkenal sebagai pilihan percutian hujung minggu.

Usahawan tempatan mengambil kesempatan ini dengan menyediakan pelbagai jenis penginapan seperti homestay, kedai-kedai makan, aktiviti berbasikal, ATV, muzium padi dan pelbagai lagi. Ia berupaya menarik minat 'orang bandar' turun menikmati keindahan di Sekinchan.



Sumber: Google Maps

Keindahan kawasan ini boleh dinikmati dengan menaiki "tram tractor" membawa pelancong di kawasan sawah padi terbentang luas dan terusan air yang jernih. Kanak-kanak pastinya sangat teruja kerana akan mendapat pengalaman sambil belajar dan pada masa yang sama mereka akan lebih menghargai alam sekitar. Bagi anda yang belum berkunjung ke sini, boleh merancang percutian bersama keluarga dan melihat sendiri keistimewaan Sungai Sireh ini.



Selamat bercuti sambil membantu usahawan tempatan.

***Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis.

JOM MAKAN DAN JALAN @ RESTORAN LADANG NIRA NIPAH NAPIAH, MERBOK

Penulis: Fadhlina Mahat¹, Johanna Adlin Ahmad², Rabiatul Adawiyah Abd Rahman³

^{1,2,3} Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, UiTM Cawangan Pulau Pinang

Sebut sahaja berkenaan makan dan jalan-jalan, maka terpenggillah saya untuk menulis berkaitan dengan tempat makan unik yang pernah saya lawati bersama keluarga beberapa bulan lepas. Tempat istimewa ini terletak di sebuah ladang nipah di Kampung Sungai Pial, Merbok, Kedah.

Perjalanan ke sini mengambil masa kira-kira 14 minit dengan jarak sejauh lebih kurang 12 kilometer dari UiTM Kedah. Tempat ini bukan sahaja cantik dari segi pemandangan, tetapi turut hebat dari segi teknik strategi pemasaran. Pemilik premis ini telah menggunakan aura keunikan lokasi tempat itu sendiri sebagai tarikan, selain daripada produk makanan yang ditawarkan adalah pelbagai dan semestinya mampu memuaskan hati semua pengunjung.

Keunikan tempat ini terserlah dengan 'dekorasinya' yang sangat menarik. Restoran ini dikelilingi lambaian daun pokok nipah manakala 'dinding restoran' pula boleh dilihat dari pemandangan asli alam seindah mata memandang. Angin sepoi-sepoi bahasa dari arah lapangan kehijauan sawah padi yang terbentang luas dan pemandangan bersaksikan Gunung Jerai turut mengagumkan pandangan.

Kita pasti akan terlintas dan dengan bersahaja kita juga mungkin akan turut menyanyikan lirik lagu 'Cinta Pantai Merdeka'. Bait-bait kata seperti "Ku ukir namamu, di awan Gunung Jerai, disaksikan laut daun nyiur melambai..." pasti akan tergiang-ngiang di halwa telinga. Lagu ini telah dinyanyikan oleh kumpulan muzik era 90-an dan lirik ini berkisarkan tentang ini!

kisah cinta luahan si jejaka terhadap seorang gadis dengan menyematkan nama gunung Jerai, gunung yang tertinggi di Kedah ini sebagai lambang cinta.

Inilah antara kekuatan pemasaran yang pemilik restoran cuba kekalkan dari masa ke masa dan ia semestinya berjaya mendapat sambutan luar biasa. Pemilik premis perniagaan ini telah berjaya menjadikan tempat ini sebagai salah satu spot terbaik untuk pelanggan datang dan kembali semula bersama keluarga mahupun rakan taulan.

Dari sudut pengoperasian, restoran ini beroperasi dari jam 12.00 tengahari sehingga 7.00 petang dan akan ditutup pada setiap hari Rabu. Pelanggan akan diminta untuk membuat pesanan terlebih dahulu. Harga yang ditawarkan amat berpatutan.

Setiap pelanggan akan diberi nombor meja untuk digantungkan setelah membuat pesanan. Sewaktu hendak memilih meja, saya dan keluarga seperti sukar untuk membuat keputusan. Beberapa kali kami berpindah-pindah dari satu meja ke meja yang lain hanya untuk mendapatkan pemandangan yang menarik.

Akhirnya kami telah memilih meja bersebelahan kolam teratai. Yang menariknya restoran ini turut menyediakan sebuah sampan bagi memberi peluang kepada pengunjung merasai pengalaman sebenar suasana kampung. Malah ia diserikan lagi dengan buaian gantung untuk memberi peluang kepada pelanggan bergambar atau mengikut *trend* 'OOTD'.



Pengalaman istimewa seperti ini pastinya menggigit nostalgia lama sewaktu zaman kanak-kanak. Sewaktu di kampung dahulu, aktiviti-aktiviti seperti berenang, mandi parit tali air dan berkubang di dalam sawah adalah perkara yang sering saya lakukan setiap kali berkunjung ke rumah nenek. Berkunjung ke restoran ini secara peribadinya sungguh menggigit memori. Banyak kenangan terimbas kembali apabila melihat pokok nipah, kolam air dan sudah tentu saya sangat merindui suasana semasa saya berada kampung pada suatu ketika dulu.

Paling istimewa apabila anda berkunjung kesini adalah anda dapat melihat sendiri konsep perniagaannya. Walaupun perniagaan restoran ini tidak berada dalam bangunan yang gagah dan mewah seperti di ibukota, namun sambutan dari orang ramai yang berkunjung ke tempat ini sangat luar biasa.

Foto menunjukkan pemandangan suasana sekitar Restoran Ladang Nira Nipah Napiah

Jika anda ingin bersantai bersama keluarga dengan suasana yang damai seperti sedang berkelah di tepi sawah dengan menu berkonsepkan minum petang yang ringkas, inilah tempat yang sesuai untuk anda kunjungi.

Hidangan istimewa seperti mee udang, nasi goreng udang, char keoy teow dan pelbagai aneka makanan boleh dicuba di restoran ini. Malah anda juga boleh mencuba salah satu produk minuman yang sangat laris di sini iaitu air nira. Untuk makluman pembaca, air nira ini diambil dari sekitar ladang yang berdekatan. Pengambilan hanya dilakukan hanya sebanyak 4 kali sehari untuk memastikan tahap kesegaran air nira dalam keadaan yang baik.

Pelanggan yang datang menikmati makanan di sini bukan setakat makan dan terus balik tetapi boleh juga menghabiskan masa dan merasai sendiri pengalaman yang saya ceritakan tadi. Menarikkan tempat ni? Jika datang Kedah, silalah singgah restoran ini!

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis.**

PULAU PANGKOR DESTINASI BEBAS CUKAI

Penulis: : Johanna Adlin Ahmad¹ dan Fadhlina Mahat²

^{1,2} Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, UiTM Cawangan Pulau Pinang

Pulau Pangkor merupakan sebuah destinasi pelancongan yang terletak di negeri Perak. Pulau ini sangat sinonim dengan 'tekis van' berwarna merah jambu dan resort peranginan serta rumah penginapan di sepanjang kawasan Pantai Pasir Bogak dan Teluk Nipah. Setelah sekian lama berkurung gara-gara Covid-19 dan tidak dapat keluar melancong, akhirnya baru-baru ini saya sekeluarga telah berpeluang untuk berkunjung ke Pulau Pangkor pada bulan Februari 2022.

Walaupun masih dalam musim perayaan dan sempadan antarabangsa juga belum dibuka sepenuhnya, kelihatan feri ke pulau ini tetap dipenuhi oleh ramai pelancong. Apa yang menarik untuk lawatan pada kali ini berbanding dengan tahun-tahun

sebelumnya adalah semua pelancong pada hari ini boleh shopping coklat berjenama dari luar negara dengan harga bebas cukai seperti di Pulau Langkawi.

Ia mendapat status sebagai Pulau Bebas Cukai (PBC) dari kerajaan negeri Perak pada awal tahun 2020, sebagai mekanisma untuk meningkatkan jumlah pelancong yang dikatakan semakin merosot pada ketika itu. Walaubagaimanapun, status sebagai Pulau Bebas Cukai ini hanya dapat dinikmati dalam masa beberapa bulan sahaja sebelum berlakunya penularan Covid-19 pada Mac 2020 yang melanda negara kita.



Penulis membeli coklat di lokasi bebas cukai.

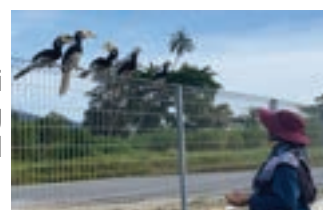
Sebagai penggemar coklat, kewujudan kedai coklat di sekitar tumpuan utama memudahkan kami mencari bekalan. Kedai Coklat Laris di Taman Pangkor Mutiara menjadi pilihan kami. Kedai ini senang untuk diakses kerana terdapat banyak tempat letak kereta dan paling utama adalah harga jualan coklat yang ditawarkan sangatlah berpatutan.



Jenama coklat seperti *Pepero*, *Nutella*, *Daim*, *Cadbury*, *Fidani* dan *Hershey Kisses* menjadi tangkapan utama. Selain coklat, harga bebas cukai juga turut diluaskan bagi barang-barang seperti perkakas atau alatan dapur dan juga minyak wangi. Selain itu, terdapat juga kedai bebas cukai yang terletak berdekatan terminal feri bagi pengunjung yang berhasrat untuk melakukan pembelian pada saat-saat akhir sebelum pulang ke destinasi masing-masing.

Antara kedai bebas cukai yang terdapat di Pulau Pangkor

Membeli-belah dan berekreasi bukan sahaja aktiviti yang dilaksanakan sepanjang kami bercuti di Pulau Pangkor. Kami juga berkesempatan melihat sesi memberi makan kepada burung enggang atau *hornbill* yang terdapat di pulau tersebut. Selain itu, Masjid Seribu Doa dan Masjid Seribu Selawat adalah antara tempat yang sangat menarik untuk dikunjungi.



Pulau Pangkor terkenal dengan burung enggang.

Saya tak nafikan bahawa ramai peniaga di pulau ini dan Pekan Lumut terkesan oleh sebab penularan wabak Covid-19. Dek kerana virus yang berbahaya ini, punca pendapatan mereka turut terjejas kerana kurangnya aktiviti pelancongan. Marilah kita sama-sama mengunjungi Pulau Pangkor untuk membantu kelestarian perniagaan di pulau ini. Tambahan pula, Pulau Pangkor kini sudah diumumkan sebagai sebuah pulau bebas cukai di negeri Perak.

Terdapat aktiviti bird feeding burung ini di salah sebuah *chalet*.

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis.**

INSPIRASI KEUNIKAN BATIK MERBOK UiTM KEDAH

Penulis: : Puan Normaziana Hassan¹ dan Puan Shuhaila Md Shahid²

^{1,2} Kolej Pengajian Seni Kreatif, UiTM Cawangan Kedah

Negeri Kedah semakin popular dengan kehadiran produk Batik Merbok dari Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah sejak tahun 2007. Populariti ini semakin meningkat dari hari ke hari dan Batik Merbok merupakan hasil keluaran UiTM Kedah di negeri jelapang padi ini.

Batik Merbok diilhamkan oleh mantan Menteri Penerangan dan juga Ahli Parlimen Merbok Dato' Seri Zainudin Maidin pada sekitar Mac, 2007. Beliau telah memberi mandat kepada UiTM Cawangan Kedah untuk menghasilkan satu cetusan dan pembinaan entiti, gagasan idea dan falsafah ke arah pembinaan produk batik yang unik.

Keunikan Batik Merbok adalah terletak pada konsep dan identiti pemilihan enam tema atau motif yang menjadi paksi kepada contoh dan rekabentuk Batik Merbok yang berkonsepkan flora dan fauna yang berada di sekitar Merbok. Antara tema lain yang digunakan ialah padi, batu-bata, bakau, burung merbok, tulisan Sanskrit dan seni ukiran tempatan. Kesemua motif ini merupakan motif utama yang saling berkait antara satu sama lain.



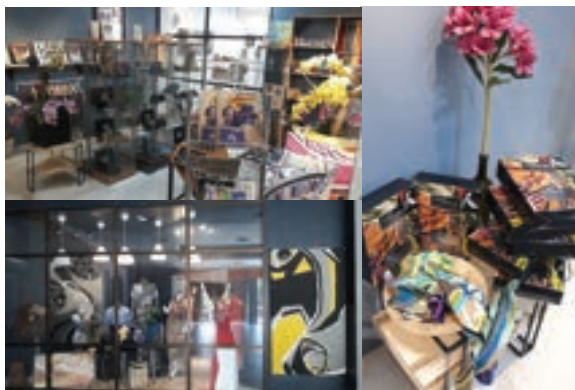
Galeri dan Produk Batik Merbok

Rekaan Batik Merbok dihasilkan berdasarkan kepada motif-motif terpilih yang menjadi olahan dalam rekaan pakaian dan seterusnya akan dicanting menggunakan lukisan tangan. Pemilihan kombinasi warna yang sepadan menghasilkan rekaan eksklusif untuk si pemakai.

Batik Merbok bercirikan 'custom made' atau eksklusif hanya dihasilkan berdasarkan tempahan pelanggan. Selain mementingkan kualiti, antara sebab ia menjadi buruan penggemar batik adalah kerana rekaan yang mempunyai nilai yang tersendiri. Pengeluaran secara 'custom made' menjadi pilihan utama orang kenamaan dan kerabat diraja. Malah ia turut ditempah oleh badan-badan kerajaan serta badan korporat di seluruh negara.

Batik Merbok juga tidak ketinggalan untuk menghasilkan pelbagai produk cenderahati seperti bingkai batik, tudung batik (shawl and square), pario, ukiran kayu, hiasan dinding, beg batik dan lain-lain lagi. Selain menghasilkan produk, Batik Merbok juga bersedia memberi dan menyediakan khidmat nasihat, bimbingan dan latihan dengan mengadakan bengkel kepada orang ramai termasuk generasi muda ataupun pelajar yang ingin mendalami bidang berkenaan.

Antara objektifnya ialah dapat membantu meningkatkan sosio-ekonomi dan pendapatan masyarakat khususnya golongan ibu tunggal, orang miskin dan orang kurang upaya dengan menyertai projek perintis di bawah kategori industri kampung dari aspek, pengeluaran dan pemasaran.



Antara koleksi Batik Merbok



Batik Merbok mempunyai prospek dan potensi besar untuk diperkembangkan. Selain terhasil sebagai peragaan busana, pendokumentasian dan pembicaraan ilmiah Batik Merbok merupakan langkah terpenting terhadap pemeliharaan dan pelestarian seni warisan memandangkan tidak banyak usaha seumpamanya dihasilkan pada masa kini.

Melalui pendedahan dan penghuraian tentang seni warisan dan budaya ini, sudah tentu ia dapat membentuk asas kefahaman dan latihan berguna dalam mempertingkatkan nilai penghargaan dan daya apresiasi seni warisan batik terutama dalam kalangan pelajar dan masyarakat umum. Bagi merealisasikan hasrat penggemar batik, pihak kami mempelawa semua untuk hadir ke Galeri Batik Merbok yang terletak di Kolej Pengajian Seni Kreatif, UiTM Cawangan Kedah, Merbok, Kedah yang beroperasi pada setiap hari kecuali cuti umum.



Raja Muda Kedah, Tengku Sarafudin Badlishah Ibni Sultan Sallehudin dan Raja Puan Muda Kedah, Che Puan Muda Zaheeda Binti Mohamad Ariff menggayakan Baju Batik Merbok untuk majlis rasmi diraja



YTM Tunku Temenggong Kedah Dato' Seri Diraja Tan Sri Tunku Puteri Intan Safinaz binti Almarhum Sultan Abdul Halim memperagakan busana Batik Merbok (motif padi) yang membawa identiti Negeri Kedah

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada penulis.**



Whatsapp for Business 101 & 201
 Siri I: 18 & 2 Julai 2022
 Siri II: 12 & 13 Ogos 2022
 Medium: *Google Meet & Whatsapp*

Bengkel Pemerkasaan Usahawan Hiliran LADA Siri 2 2022
 Siri 1: 26 Julai 2022
 Siri 2: 27 Julai 2022
 Hotel New York Johor Bahru



Majlis Penutup Program *University to Community* (UTC)
 28 Julai 2022
 Dewan Tuanku Canselor (UTC),
 Universiti Pendidikan Sultan Idris

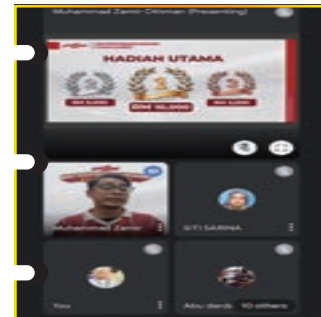
Perkongsian Ilmu keusahawanan Bersama Komuniti Desa
 E-Kaseh,
 18 Ogos 2022
 8.30-10.30 pagi
 Londah Negeri Sembilan





Sesi perkongsian Bersama Komuniti Kampung Bangkahulu
19 Ogos 2022
8.30-10.30 pagi
Bangkahulu, Negeri Sembilan

Sesi Perbincangan untuk peluang berkolaborasi bersama
SugarBomb Worldwide Sdn. Bhd.
13 September 2022
Platform: *Google Meet*



Pameran Keusahawanan MASMED
30 Oktober 2022
9pg -12.30 t/hari
Padang SMK Tinggi Segamat



اوتو اسيتي نيكلو لوجي مارا
UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA



PARADIGMA JOHOR 2022
MASMED UiTM CAWANGAN JOHOR