

PARADIGMA JOHOR

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development

Edisi
14
JUN-SEPT 2025



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Akademi
Pembangunan PKS dan
Keusahawanan Malaysia
(MASMED)



LAWATAN PENOLONG NAIB CANSOLOR (KEUSAHAWANAN)
DAN SESI LIBAT URUS BERSAMA MASMED UITM JOHOR



ANAK JOHOR IKON USAHAWAN

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor © 2025

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



PENAUNG
Prof. Madya Dr. Saunah Zainon
Rektor



PENASIHAT
Encik Irwan Ismail
Timbalan Rektor Hal Ehwal Pelajar



SETIAUSAHA 1
Aidarohani Samsudin



SETIAUSAHA 2
Diana Mazan



PENYELARAS
Dr. Azila Jaini



KETUA EDITOR
Prof. Madya Dr. Raja Adzrin Raja Ahmad



EDITOR UTAMA

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



EDITOR

Bila Puan Rektor Berbicara
Husnizam Hosin



EDITOR

Kata Aluan TREK HEP
Henny Hazliza Mohd Tahir



EDITOR

Nota MASMED
Ahmad Marzuki Amiruddin Othman



EDITOR

MASMED Sana Sini
Siti Farrah Shahwir



EDITOR

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia
Dr. Siti Nuur-Ila Mat Kamal



EDITOR

Dan Kenangan Bermula
Nor Fauziah Abu Bakar



EDITOR

Inspirasi dan Motivasi Keusahawanan
Hajah Alizah Ali



EDITOR

Keusahawanan dan Kepimpinan
Siti Nordiyana Isahak



EDITOR

Viral oh Viral
Rosnani Mohd Salleh



TUGAS-TUGAS KHAS

Sarina Kudin

REKA BENTUK DAN GRAFIK

Nurul Amin Norudin

ISI KANDUNGAN

II

Sidang
Redaksi

III

Bila
Rektor
Berbicara

IV

Kata Aluan
Timbalan
Rektor HEP

V

Nota
MASMED

1

MASMED
Sana Sini

6

Dari Kedai
Kopi Ke Bursa
Malaysia

11

Dan
Kenangan
Bermula...

16

Inspirasi
dan Motivasi
Keusahawanan

21

Viral
Oh Viral

26

Keusahawanan
dan
Kepimpinan

31

Berita
Bergambar

BILA REKTOR BERBICARA

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Salam sejahtera, salam UiTM Di Hatiku dan salam Malaysia MADANI.

Segala puji bagi Allah atas limpah kurnia-Nya saya berpeluang mencoretkan sepatah dua kata dalam Majalah Paradigma Johor edisi keempat belas ini. Setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan tahniah saya rakamkan kepada Sidang Redaksi Majalah Paradigma Johor, di bawah Unit Keusahawanan MASMED, Bahagian Hal Ehwal Pelajar UiTM Cawangan Johor atas kejayaan menerbitkan edisi ini.

UiTM Cawangan Johor dapat terus melangkah maju dalam memperkukuh ekosistem keusahawanan kampus yang menyeluruh, inklusif dan mampan. Keusahawanan pada hari ini bukan lagi dilihat sebagai aktiviti tambahan, tetapi merupakan agenda strategik universiti dalam membentuk graduan yang berdaya tahan, inovatif serta mampu menyumbang secara signifikan kepada pembangunan negara.



Pembangunan ekosistem ini selari dengan Dasar Keusahawanan Nasional 2030 (DKN 2030) dan Pelan Induk Keusahawanan IPT (PIK IPT 2021–2025) yang menetapkan hala tuju jelas dalam membudayakan keusahawanan sebagai pemacu ekonomi negara. Pendekatan ini diperkukuh dengan kerangka Malaysia MADANI yang menekankan kesejahteraan, kreativiti dan inovasi berterusan, serta tadbir urus berintegriti.

UiTM Cawangan Johor turut menyahut aspirasi GRU2025 (Globally Renowned University 2025) yang meletakkan penekanan kepada Pengantarabangsaan, Jaringan Strategik, Penyelidikan Berimpak, Keusahawanan, dan Pembangunan Modal Insan Berkualiti. Melalui agenda ini, ekosistem keusahawanan kampus di UiTM Cawangan Johor diperkasa dengan pelbagai inisiatif seperti program inkubasi digital, program inovasi, perlindungan harta intelek, bimbingan mentor industri serta jaringan pasaran global yang membolehkan mahasiswa menukar idea kepada penyelesaian bernilai tinggi.

Seiring dengan agenda MyDIGITAL dan Matlamat Pembangunan Mampan (SDG), pendekatan ini memperkukuh peranan UiTM sebagai hab ilmu, bakat dan inovasi. Dengan sokongan semua pihak, UiTM Cawangan Johor yakin mampu melahirkan graduan bukan sahaja pencari kerja, tetapi juga pencipta peluang, pemacu ekonomi dan pemimpin berintegriti di pentas global.

Sekian, wabillahi taufiq walhidayah. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

PROF MADYA DR SAUNAH ZAINON

Menjalankan Fungsi Rektor

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

KATA ALUAN TIMBALAN REKTOR HAL EHWAL PELAJAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,
Salam sejahtera, salam Malaysia MADANI

Syukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izin-Nya, penerbitan Majalah Paradigma Edisi ke 14 oleh MASMED UiTM Cawangan Johor dapat direalisasikan dengan tema yang amat signifikan iaitu "Ekosistem Keusahawanan Kampus: Memperkasa Kreativiti, Teknologi dan Inovasi." Tema ini bertepatan dengan aspirasi universiti dalam melahirkan graduan holistik dan bercirikan keusahawanan. Dalam landskap pendidikan tinggi, kemahiran keusahawanan bukan lagi pilihan tetapi satu keperluan yang wajib dipupuk dari peringkat awal pengajian. Justeru, usaha mewujudkan ekosistem keusahawanan kampus yang progresif dan inklusif perlu diperkasa.



Saya yakin dan percaya bahawa MASMED UiTMCJ telah memainkan peranan yang signifikan dalam memupuk minat, menyediakan platform serta bimbingan berterusan kepada pelajar dalam meneroka bidang keusahawanan, sama ada secara fizikal mahupun digital.

Dalam ekosistem keusahawanan kampus, aspek kreativiti dan inovasi tidak hanya tertumpu kepada produk semata-mata, tetapi turut melibatkan pendekatan penyampaian ilmu, strategi pemasaran, dan penyelesaian masalah yang lebih dinamik. Justeru, UiTM Cawangan Johor menyokong penuh inisiatif yang menggalakkan penerokaan teknologi baharu serta pemikiran kritis dalam kalangan pelajar. Keterlibatan pelajar dalam program keusahawanan turut memperkukuh kemahiran insaniah seperti kepimpinan, komunikasi berkesan, dan kebolehan beradaptasi dengan perubahan.

Akhir kata, tahniah dan syabas kepada seluruh warga kerja MASMED atas komitmen dan dedikasi dalam menerbitkan majalah ini. Semoga ia menjadi wadah inspirasi dan rujukan yang bermanfaat kepada semua warga kampus.

Sekian, terima kasih.

ENCIK IRWAN ISMAIL

Timbalan Rektor Hal Ehwah Pelajar

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

NOTA MASMED

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Salam sejahtera, salam Malaysia MADANI.

Alhamdulillah dengan limpah rahmat-Nya, Edisi ke-14 Majalah Paradigma Johor dapat diterbitkan dengan mengetengahkan tema “Ekosistem Keusahawanan Kampus: Memperkasa Kreativiti, Teknologi dan Inovasi”.

Ekosistem keusahawanan kampus merujuk kepada satu persekitaran holistik yang menggabungkan pelbagai elemen penting seperti pelajar, pensyarah, industri, agensi kerajaan serta komuniti setempat bagi menyuburkan budaya keusahawanan. Melalui sokongan infrastruktur, inkubator, pusat inovasi, pembiayaan serta kursus-kursus keusahawanan, UiTM Cawangan Johor telah berjaya melahirkan warga kampus yang inovatif, kreatif dan berdaya cipta. Ekosistem ini turut berperanan mewujudkan generasi usahawan muda yang mampu menjadi pemacu pertumbuhan ekonomi negara serta berani meneroka peluang keusahawanan di peringkat global.

Selaras dengan aspirasi universiti untuk melahirkan warga kampus yang berdaya saing serta berjiwa usahawan, saya amat berbangga dengan pencapaian MASMED UiTMCJ. Antaranya termasuk perniagaan di kiosk bagi program Inkubator Accelerated Entrepreneurship Development (ACE), perniagaan individu pelajar dan persatuan melalui rak niaga Bizbox MASMED serta ‘pushcart’ yang diusahakan oleh pelajar-pelajar asnaf UiTMCJ. Selain itu, MASMED turut menganjurkan beberapa kursus keusahawanan seperti Bengkel Tiktok dan Bengkel Pengurusan Kewangan bagi memberi pendedahan awal serta mempersiapkan para pelajar dengan ilmu dan kemahiran yang relevan untuk mendalami bidang keusahawanan pada masa hadapan.

Selain itu, penganjuran the 2nd MASMED Entrepreneurship Innovation Exhibition 2025 yang membawa tema “Embracing Digital and Innovation in a Business Landscape”, telah berjaya menyerlahkan kreativiti dan daya inovasi pelajar dalam mengembangkan idea keusahawanan. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital, pertandingan ini merangkumi kategori seperti Inovasi Idea Keusahawanan, Kempen Pemasaran Digital dan Usahawan Digital.

Di sini saya ingin menyeru kepada seluruh warga UiTM Cawangan Johor agar kita bersama-sama membina ekosistem kampus yang berasaskan kecemerlangan budaya keusahawanan agar UiTMCJ terus maju, berdaya tahan dan disegani di persada negara.

Sekian. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

DR AZILA BINTI JAINI

Koordinator Keusahawanan (MASMED)

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

LAWATAN PENOLONG NAIB CANSOLOR (KEUSAHAWANAN) DAN SESI LIBAT URUS BERSAMA MASMED UiTM JOHOR

Penulis: Dr. Azila Jaini

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat

Akademi Pembangunan PKS dan Keusahawanan Malaysia (MASMED) terus mengorak langkah sebagai peneraju utama dalam memperkukuh ekosistem keusahawanan di Universiti Teknologi MARA (UiTM). Sebagai pusat rujukan dasar, inisiatif dan program berkaitan keusahawanan, MASMED berperanan penting dalam membentuk hala tuju strategik universiti bagi melahirkan graduan yang bukan sahaja cemerlang dari segi akademik, malah berdaya saing sebagai usahawan berilmu, berkemahiran dan berwawasan.

Satu sesi libat urus (SLU) telah diadakan bersama delegasi dari MASMED Shah Alam yang diketuai oleh Penolong Naib Canselor (Keusahawanan), Prof. Madya Dr. Badrul Isa pada 8 Julai 2025. Program ini dimulakan pada jam 12.00 tengahari dengan ketibaan delegasi MASMED Shah Alam yang disambut oleh pengurusan UiTM Cawangan Johor yang diketuai oleh Rektor UiTM Cawangan Johor, Prof. Madya Dr. Saunah Zainon dan Timbalan Rektor Hal Ehwal Pelajar, Encik Irwan Ismail. Lawatan dimulai dengan sesi tandatangan buku pelawat dan delegasi kemudiannya dibawa melawat ke Galeri UiTM sebelum meneruskan tinjauan ke Koridor Keusahawanan yang terletak berdekatan Speaker's Corner. Lawatan turut merangkumi kunjungan ke Stor Pusat dan The Port, bagi meninjau kemudahan yang menyokong aktiviti keusahawanan kampus. Tepat jam 1.00 tengahari, semua tetamu menikmati hidangan makan tengahari bersama sebelum menunaikan solat Zohor.

Pada jam 2.15 petang, sesi libat urus ini secara rasmi dimulakan dengan ucapan oleh pengerusi majlis, diikuti bacaan doa. Rektor UiTM Cawangan Johor memberikan ucapan aluan sebelum sesi pembentangan bermula. Setelah itu, Koordinator Keusahawanan (MASMED), Dr. Azila Jaini membentangkan laporan aktiviti dan cadangan pembangunan, disusuli pembentangan daripada Penolong Naib Canselor (Keusahawanan), yang menekankan hala tuju dan strategi memperkukuh ekosistem keusahawanan di kampus. SLU ini turut disertai oleh barisan Jawatankuasa Eksekutif Negeri, Ketua-Ketua Pusat Pengajian UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat, pengurusan MASMED Shah Alam serta AJK MASMED.

Antara objektif utama sesi ini adalah untuk mendapatkan maklum balas daripada pengurusan UiTM Cawangan Johor terhadap pelaksanaan inisiatif keusahawanan, meningkatkan pemahaman mengenai peranan Pejabat Penolong Naib Canselor (Keusahawanan), merangka pelan tindakan kolaboratif antara pusat tanggungjawab (PTJ) dan Pejabat PNC (Keusahawanan) di peringkat cawangan, serta mewujudkan rangka kerja pelaksanaan aktiviti keusahawanan yang menyeluruh dan berimpak tinggi.

Sesi yang berlangsung sehingga jam 4.30 petang ini diakhiri dengan sesi penyampaian cenderamata dan sesi bergambar. Diharapkan sesi ini menjadi titik tolak kepada kerjasama berterusan antara kampus dan pihak MASMED Shah Alam, demi memperkukuh usaha melahirkan generasi usahawan muda yang mampu menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara.



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

ANDA BIJAK URUS DUIT? AKPK ADA JAWAPANNYA!

Penulis: Dr. Azila Jaini

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat

Pengurusan kewangan yang bijak merupakan kunci utama dalam memastikan kestabilan dan kesejahteraan hidup dalam era ekonomi yang mencabar pada masa kini. Bagi golongan pelajar, kemahiran mengurus kewangan dengan bijak amat penting bagi mengelakkan masalah kewangan pada masa hadapan. Namun tidak semua pelajar memiliki pengetahuan dan kemahiran yang mencukupi untuk mengurus kewangan dengan berkesan.

Menyedari kepentingan ini, **Unit Keusahawanan (MASMED) UiTM Cawangan Johor** dengan kerjasama **Kelab Digital Marketing (DiMAG)** telah menganjurkan **Program Anda Bijak Urus Duit? AKPK Ada Jawabannya!** pada **18 Jun 2025** bertempat di PTDI1 UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat. Program ini bertujuan memberi pendedahan awal kepada para pelajar tentang pengurusan kewangan peribadi secara bijak serta memperkenalkan peranan AKPK sebagai sumber bimbingan kewangan yang sah dan berdaftar.

Seramai 80 orang pelajar UiTM Cawangan Johor daripada pelbagai fakulti telah menyertai program ini. Program dimulakan dengan ucapan pengerusi diikuti dengan ucapan aluan oleh Koordinator Keusahawanan (MASMED), Dr. Azila Jaini. Program ini turut dihadiri oleh Timbalan Rektor Hal Ehwal Pelajar, Encik Irwan Ismail dan sesi taklimat kewangan disampaikan oleh penceramah, Puan Norazlina Samin di mana taklimat ini dibahagikan kepada dua topik utama iaitu **Menggapai Pelangi** dan **Bijak Wang Bijak Niaga**.

Topik *Menggapai Pelangi* memberi penekanan kepada perancangan kewangan yang realistik untuk mencapai matlamat hidup, manakala *Bijak Wang Bijak Niaga* pula memfokuskan kepada strategi mengurus kewangan dalam perniagaan kecil, khususnya bagi pelajar yang menjalankan aktiviti keusahawanan. Kedua-dua topik ini disampaikan dengan gaya interaktif dan mudah difahami, disertakan contoh-contoh yang relevan dengan kehidupan pelajar.

Selepas sesi taklimat, pelajar mengambil peluang untuk bertanyakan soalan berkaitan pengurusan hutang, kaedah menyimpan wang, serta cara mengelakkan masalah kewangan selepas tamat pengajian. Program diakhiri dengan jamuan makan tengahari pada jam 1.00 tengahari, sekali gus menutup tirai program.

Secara keseluruhannya, *Taklimat Kesedaran Pengurusan Kewangan Bersama AKPK* ini telah berjaya mencapai objektif penganjuran. Para peserta bukan sahaja memperoleh ilmu baharu, malah lebih peka terhadap kepentingan mengurus kewangan secara bijak. Melalui program ini juga, pelajar kini mengetahui bahawa AKPK merupakan sumber rujukan yang tepat untuk mendapatkan nasihat kewangan dan penyelesaian masalah hutang secara profesional. Penganjuran program seperti ini wajar diteruskan pada masa hadapan agar lebih ramai pelajar dapat membentuk sikap kewangan yang sihat, bersedia menghadapi cabaran ekonomi, dan mengelakkan risiko beban hutang yang tidak perlu.

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



BENKEL TIKTOK MASTERY: FROM BASICS TO ADVANCED SUCCESS

Penulis: Dr. Azila Jaini

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat

Keusahawanan digital, atau lebih dikenali sebagai *e-USahawan*, merujuk kepada perniagaan dalam talian yang dijalankan dengan memanfaatkan teknologi digital dan platform internet bagi memula, mengurus serta mengembang perniagaan. Pada era ini, platform media sosial seperti *TikTok* telah menjadi medium pemasaran yang berkesan, kreatif, dan berimpak tinggi, khususnya dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan jualan secara dalam talian.

Justeru itu, Unit Keusahawanan (MASMED) UiTM Cawangan Johor (UiTMCJ) dengan kerjasama Kelab DiMAG telah menganjurkan **Bengkel *TikTok Mastery: From Basics to Advance Success*** pada 26 Jun 2025 yang menyasarkan penyertaan seramai 50 orang peserta yang terdiri daripada mahasiswa, komuniti luar dan staf UiTMCJ. Bengkel ini memfokuskan kepada tiga topik utama iaitu ***TikTok Marketing***, ***TikTok Shop***, dan ***TikTok Advance Marketing***. Objektif bengkel ini adalah untuk membina budaya digital melalui penggunaan platform *TikTok*, memperluas penyebaran ilmu keusahawanan, membangunkan kemahiran penghasilan kandungan digital, serta menjana peluang perniagaan berasaskan *TikTok*.

Bengkel ini bermula pada jam 10.30 pagi dengan sesi penyampaian modul dari wakil *Malaysia Digital Economy Corporation* (MDEC), Puan Siti Nur Suraya Mohamed Ali. Peserta kemudiannya dibahagikan kepada beberapa kumpulan untuk melaksanakan aktiviti kolaboratif, iaitu menghasilkan kandungan pemasaran menggunakan platform *TikTok*. Aktiviti ini bukan sahaja mengasah kreativiti, malah memperkukuh kemahiran praktikal peserta dalam penghasilan kandungan digital yang berimpak tinggi.

Seterusnya, sesi pembentangan hasil kerja kumpulan diadakan pada sebelah petang diikuti dengan sesi soal jawab interaktif di mana peserta berpeluang mengemukakan soalan berkaitan strategi pemasaran, *algoritma Tik Tok*, dan teknik penghasilan kandungan yang kreatif.

Secara keseluruhannya, bengkel ini telah meninggalkan impak positif kepada para peserta, terutama dari segi peningkatan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital melalui *TikTok*, kemahiran teknikal penghasilan kandungan, dan keyakinan dalam meneroka peluang perniagaan dalam ekosistem digital. Penganjuran program sebegini wajar diteruskan pada masa hadapan bagi memperluas literasi digital dan memupuk usahawan muda yang berdaya saing di peringkat global.

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



MASMED UiTM CAWANGAN PAHANG MEMPERKASA KOMUNITI ISLAM VIETNAM MELALUI PROGRAM KEUSAHAWANAN SOSIAL

Penulis: Siti Aishah Mohamad¹ dan Ilyani Azer²

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

Akademi Pembangunan PKS dan Keusahawanan Malaysia (MASMED) UiTM Cawangan Pahang menyemarakkan semangat keusahawanan dan kerjasama rentas budaya dengan mengadakan program Keusahawanan Sosial Bersama Kembara 5K Vietnam 3.0 di Tay Ninh, Vietnam. Program ini merupakan satu inisiatif untuk membantu warga Ma'ahad Darussalam Liltadrib Al-Islami dengan ilmu dan kemahiran pertanian. Seramai 14 orang pelajar dan dua orang pensyarah pengiring melaksanakan program ini dengan harapan dapat membantu kelangsungan hidup dan menyumbang idea penjaan

pendapatan. Ini adalah bukti komitmen UiTM dalam menerapkan nilai keusahawanan melalui perkongsian ilmu kepada komuniti Islam di Vietnam agar mereka mampu berdikari dan menjana pendapatan sendiri melalui aktiviti pertanian.

MASMED telah berkolaborasi bersama Jawatankuasa Perwakilan Kolej Mat Kilau, Jawatankuasa Perwakilan Kolej Kompleks Tok Gajah, Majlis Perwakilan Pelajar, Koperasi Siswa UiTM Pahang Berhad, dan Fakulti Perladangan dan Agroteknologi Kampus Jasin, Melaka. Jalinan ini bukan sahaja membuktikan sinergi dalaman UiTM, malah turut membina hubungan baik dengan Ma'ahad Darussalam Liltadrib Al-Islami dan komuniti Islam setempat di Vietnam. Program ini dilaksanakan berbentuk lisan dan praktikal di mana kesemua pelajar turun padang untuk bersama menunjukkan kaedah terbaik menanam sayur bersama-sama pelajar Ma'ahad.

Proses pembelajaran interaktif ini melibatkan 180 pelajar Ma'ahad dalam aspek pertanian bermula dengan penyediaan batas, menyemai benih, menyiram dan menjaga tanaman di kawasan tanah lapang Ma'ahad. Ia memberi impak besar kepada kedua-dua pihak. Bagi pelajar Ma'ahad, program ini memberikan percambahan ilmu dalam bidang pertanian yang mampu dijadikan sebagai sumber penjaan pendapatan. Bagi pelajar UiTM, program ini bukan sekadar perkongsian kemahiran pertanian tetapi juga sebagai platform untuk meningkatkan kemahiran kepimpinan dalam program sosial di mana pelajar berkesempatan mempraktikkan kemahiran mengurus dan menjalankan program bersama komuniti. Pengalaman yang diperolehi sedikit sebanyak membantu pelajar menjadi pemimpin dan usahawan yang lebih berwibawa di masa hadapan.



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

MEMUPUK MINDA INOVATIF DAN USAHAWAN MAHASISWA MELALUI HARI KEUSAHAWANAN DAN INOVASI FPP 2025

Penulis: : Siti Syamira Mohd Ramli¹ dan Dr. Norulhuda Tajuddin²

^{1,2}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang, Kampus Raub

Pendidikan tinggi masa kini menumpukan kepada pembangunan pelajar secara holistik, termasuk aspek keusahawanan, inovasi dan kemahiran insaniah. Sejalan dengan itu, Fakulti Pengurusan dan Perniagaan (FPP) UiTM Cawangan Pahang Kampus Raub, dengan kerjasama MASMED dan Business Society, telah menganjurkan **Hari Keusahawanan dan Inovasi: Berani Beridea, Berani Mencipta!** pada 24 dan 5 Julai 2025 bersempena Program Check-In @UiTM Raub. Program ini merangkumi tiga aktiviti utama: *Alumnus Talk*, Pertandingan Inovasi MGT315, dan Simulasi Kewangan bersama Prudential Malaysia Berhad, yang melibatkan penyertaan aktif pelajar, pensyarah, alumni dan pihak industri.

Program *Alumnus Talk* menampilkan Encik Amnan Fakri, CFO kepada AFO Group Sdn Bhd dan pengasas jenama 'Abang Strawberry' telah mendapat sambutan luar biasa dengan kehadiran pelajar memenuhi kapasiti maksimum dewan. Sesi ini telah menarik minat di kalangan pelajar bagi memahami dunia keusahawanan secara langsung daripada alumni berpengalaman. Penceramah berkongsi cabaran dan strategi membina perniagaan dalam talian serta kepentingan adaptasi terhadap digitalisasi. Perkongsian ini bukan sahaja memperkukuh ilmu dan inspirasi keusahawanan, malah mengeratkan hubungan strategik antara institusi dan alumni.

Program kedua pula adalah **Pertandingan Video Projek Inovasi MGT315** yang diadakan di DK200 pada 5 Julai 2025. Program ini khusus untuk pelajar semester empat yang mengambil kursus MGT315. Program ini bertujuan meraikan kreativiti dan pemikiran inovatif pelajar dalam bentuk video. Pertandingan ini bukan sahaja menilai hasil kerja pelajar, malah memberi pengalaman baharu kepada mereka dalam mempamerkan projek inovasi melalui medium visual dan digital. Penggunaan video sebagai alat komunikasi idea inovatif dilihat bertepatan dengan keperluan semasa yang mana pengguna terdedah kepada teknologi kreatif dan penyampaian berasaskan multimedia.

Program ketiga adalah **Prudential Youth Financial Education** yang turut dijalankan pada 5 Julai 2025. Program ini merupakan hasil kerjasama langsung dengan Prudential Malaysia Berhad. Program ini memberi pendedahan kepada pelajar tentang pengurusan kewangan peribadi melalui simulasi *Cash Flow Game* yang menekankan literasi kewangan terutamanya dalam kalangan pelajar. Seramai 43 orang pelajar FPP dan 22 fasilitator industri telah terlibat. Hasilnya, pelajar bukan sahaja memperoleh ilmu kewangan secara praktikal tetapi turut menambah kemahiran berfikir secara strategik dan beretika dalam membuat keputusan kewangan.



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

Salah satu kemuncak pencapaian program ini adalah termeterainya Surat Hasrat (LOI) antara UiTM Cawangan Pahang dengan dua syarikat industri, iaitu AFO Group Sdn Bhd dan Prudential Malaysia Berhad. Pemeteraian ini menjadi simbol komitmen bersama dalam menjalin kerjasama strategik bersama industri dan merangka inisiatif bersama dalam bidang pendidikan, latihan industri, perkongsian kepakaran dan pembangunan potensi keusahawanan pelajar. Secara keseluruhan Hari Keusahawanan dan Inovasi 2025 telah berjaya mewujudkan ekosistem pembelajaran yang merentas sempadan akademik dan industri. Kejayaan program ini memperlihatkan kekuatan perancangan strategik, sinergi dalam kalangan jawatankuasa dan pensyarah serta penglibatan aktif alumni dan ahli industri. Akhirnya inisiatif seumpama ini wajar diteruskan dan diperluas sebagai amalan terbaik ke arah memacu kecemerlangan institusi dan melahirkan generasi pemimpin masa hadapan yang celik inovasi dan cekap dalam keusahawanan.

BAGAIMANA SYARIKAT CHINA MENEWASKAN SYARIKAT AMERIKA DALAM INOVASI?

Penulis: Abd Rahman Jamaan
Akademi Pengajian Bahasa, UiTM Cawangan Johor

Dalam dua dekad terakhir, syarikat China telah menjadi pesaing hebat dalam inovasi global yang mencabar dominasi Amerika. Jika dahulu, China dikenali kerana kepintaran tiruan, namun kini ia menerajui teknologi kecerdasan buatan (AI), 5G, kenderaan elektrik (EV), *fintech*, dan e-dagang. Transformasi ini didorong oleh dasar kerajaan, strategi pemasaran, kemajuan teknologi dan perubahan pengguna. Walaupun syarikat Amerika unggul dalam pembangunan penyelidikan (R&D), perlindungan harta intelek (*Intellectual Property*), dan modal teroka, namun syarikat China memanfaatkan kelebihan mereka untuk mengatasi pesaing.

Strategi Syarikat China dalam Inovasi

1. Sokongan Kerajaan yang Kukuh dan Inovasi yang Didorong oleh Polisi

Kerajaan China aktif membentuk struktur inovasi melalui dasar "*Made in China 2025*" dan "*China Standards 2035*" untuk menguasai bidang teknologi kritikal. Sokongan kewangan, insentif dan pinjaman membantu syarikat inovatif beroperasi dalam teknologi kecerdasan buatan, semikonduktor, dan teknologi tinggi dengan perlindungan terhadap risiko mufflis, menjadi elemen kelebihan usahawan besar di negara tembok besar itu.

2. Iterasi Pantas dan Penyesuaian Pasaran

Firma China menggunakan model "*fast-fail*" untuk mempercepat pembangunan produk melalui maklum balas pengguna. Sebagai contoh, teknologi Xiaomi dan Huawei berupaya memimpin pasaran telefon pintar, dan mampu bersaing dengan Apple dan Samsung.

3. Penggunaan AI dan Data Besar

Firma China seperti Alibaba, Tencent dan Baidu memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan dan analisis data besar (*big data*) untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan kecekapan perniagaan. Ia memberikan mereka kelebihan daya saing berbanding firma Amerika seperti Amazon.

4. Harga yang Kompetitif dan Penembusan Pasaran

Syarikat kenderaan elektrik (EV) China seperti BYD dan syarikat teknologi tenaga bersih NIO, menawarkan produk berkualiti tinggi pada harga lebih rendah dengan mengoptimumkan rantai bekalan dan kos buruh, menguasai pasaran global, termasuk Eropah dan Asia Tenggara. Satu ketika BYD berupaya menandingi pengeluaran TESLA untuk pasaran dunia pemotoran elektrik.

5. Membina Ekosistem Digital

Gergasi teknologi China seperti Tencent membangunkan ekosistem bersepadu seperti WeChat, yang merangkumi e-dagang, pembayaran dan perkhidmatan teknologi kecerdasan buatan. Ia berjaya meningkatkan penglibatan pelanggan dalam pasaran dan tentunya sukar ditandingi oleh firma Amerika.

Implikasi untuk Malaysia dan Ekonomi Global

Malaysia boleh menjadi hab pembuatan utama dalam rantai bekalan China, terutamanya dalam semikonduktor dan teknologi kecerdasan buatan. Syarikat China melabur dalam sektor digital, bandar pintar dan tenaga boleh diperbaharui, mencipta peluang perniagaan. Malaysia perlu mengimbangi hubungan ekonomi dengan China dan A.S sambil menghadapi persaingan untuk perniagaan tempatan.

Syarikat China mengatasi firma Amerika melalui sokongan kerajaan, inovasi pantas, dan harga kompetitif, namun mereka tetap menghadapi cabaran dari sudut geopolitik dan harta intelek. Pada kesempatan ini, Malaysia perlu bijak mengambil peluang dan keseimbangan dalam dunia dagangan luar dengan negara China mahupun Amerika.

**Sumber gambar: <https://insideevs.com/news/600030/byd-enters-japan-electric-car/>

**Sumber gambar: <https://www.chinadaily.com.cn/index.html>



DURIAN: ANTARA SIMBOL KEMEWAHAN DAN MAKANAN RAKYAT

Penulis: Amminudin Ab Latif
Pengajian Kejuruteraan Awam, UiTM Cawangan Pahang

Durian juga dikenali sebagai "Raja Buah" yang menjadi sebahagian daripada warisan tanaman Malaysia, dengan Pahang muncul sebagai pengeluar utama bagi variasi premium seperti Musang King (D197). Keunggulan Pahang dalam penghasilan durian berkualiti tinggi disebabkan oleh faktor geografi dan cuaca yang sangat sesuai dengan tanaman durian. Tanah laterit merah yang subur di Raub, Bentong dan Jerantut serta iklim tropika yang lembap, sesuai untuk pertumbuhan durian yang berkualiti. Pelbagai variasi durian seperti Musang King (D197), Duri Hitam (D200), Udang Merah (D175) telah diperkenalkan dan ditanam. Setiap variasi durian mempunyai keunikan rasa dan tekstur ulas tersendiri.

Variasi premium, sederhana dan rendah mendominasi pasaran tempatan dan eksport bernilai tinggi. Variasi tempatan seperti durian kampung masih lagi popular di kalangan penggemarnya termasuk dijadikan sebagai tempoyak. Berdasarkan harga pasaran terkini durian kategori premium menjadi semakin eksklusif dan hanya mampu dibeli oleh golongan tertentu sahaja. Faktor seperti kos tanaman dan penjagaan yang meningkat, perubahan dan keadaan iklim yang tidak menentu akan mempengaruhi harga durian. Permintaan pasaran luar negara juga akan terus memberi tekanan ke atas harga durian. Namun durian variasi pertengahan dan rendah tetap masih berpotensi untuk kekal sebagai makanan semua lapisan rakyat berdasarkan kepada harga yang lebih murah sekitar RM10 hingga RM12 per kilogram. Oleh itu, langkah seperti kawalan harga serta semakan terhadap rantaian bekalan tempatan boleh membantu menurunkan harga durian untuk dinikmati oleh semua lapisan masyarakat.

Kesimpulannya, harga durian kategori premium yang tinggi di pasaran tempatan akan menyebabkan ia akan kekal menjadi komoditi mewah di kalangan rakyat biasa. Persoalannya, adakah situasi ini akan mengurangkan populariti durian di kalangan rakyat kerana kebanyakan mereka tidak mampu untuk membelinya dan hanya melihat sahaja golongan tertentu untuk membeli dan menikmati isinya?.



****Sumber gambar:** <https://www.istockphoto.com/photo/half-cut-durian-king-of-fruits-gm1024453624-274886239>

STRATEGI PEMASARAN ERA BAHARU

Penulis: Aidarohani Samsudin¹ dan Diana' Mazan²
^{1,2}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Strategi pemasaran sentiasa berubah seiring dengan landskap perniagaan yang semakin kompetitif. Sejak sekian lama, figura terkenal seperti penyanyi, pelakon, atau personaliti TV menjadi pilihan utama syarikat untuk mempromosikan produk mereka. Pemilihan duta produk dari kalangan artis ini bertujuan memanfaatkan populariti mereka bagi menarik minat pembeli. Namun dengan kemunculan media sosial dan perubahan tingkah laku pengguna telah membuka ruang baharu kepada pempengaruh digital atau influencer mengambil alih pentas utama pemasaran produk.

Tinjauan oleh *Rakuten Insight* pada Mei 2023 mendedahkan bahawa hampir separuh pengguna media sosial di Malaysia pernah membeli produk berdasarkan cadangan pempengaruh. Menariknya, 49% responden wanita dan 45% lelaki mengakui mereka membuat pembelian selepas melihat promosi yang dilakukan oleh pempengaruh di platform seperti Instagram, TikTok dan YouTube.

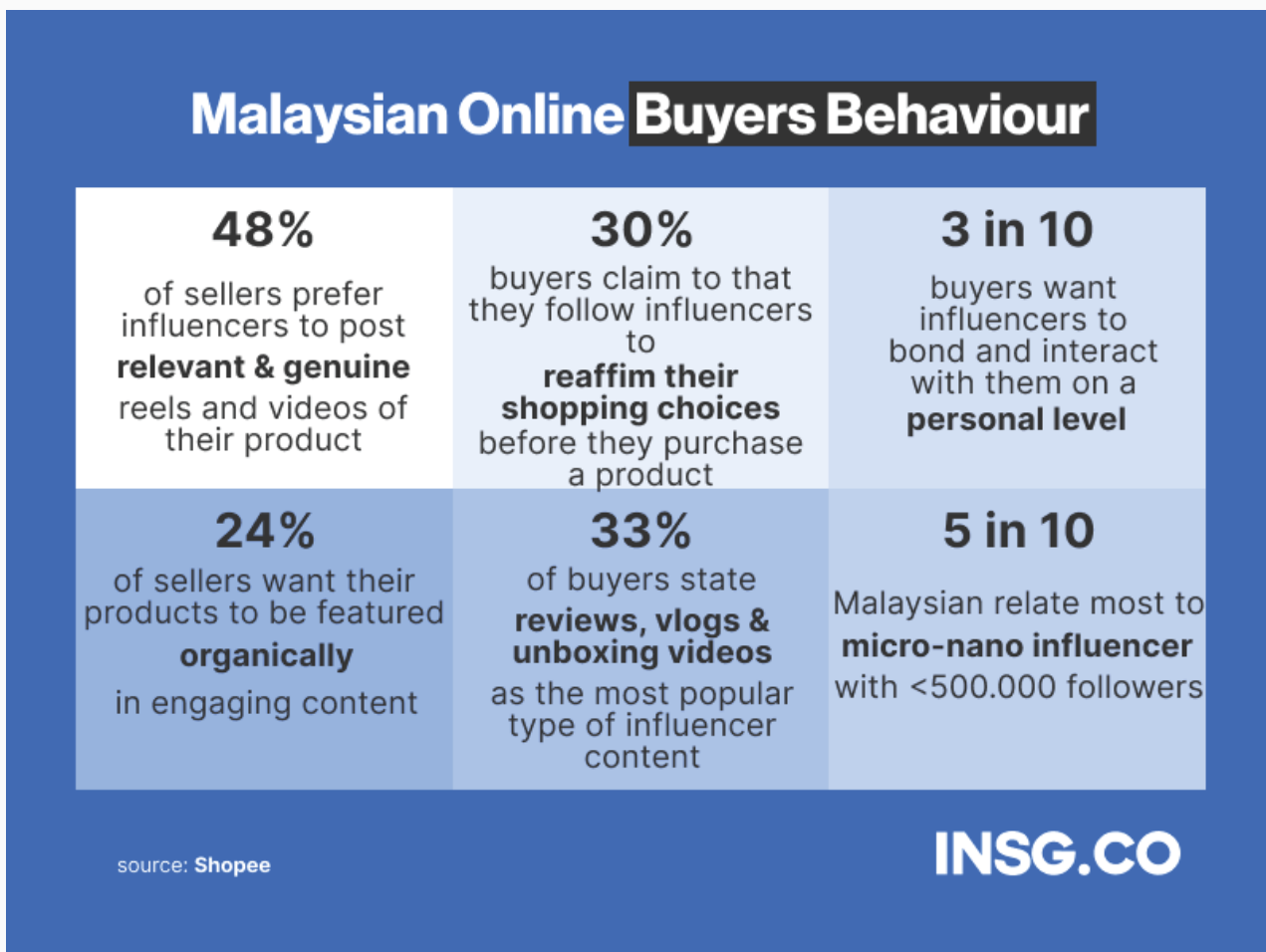
Dapatan ini disokong oleh Wong Chee Hoo dan rakan-rakan (2025), kajian tersebut membuktikan bahawa pengguna di Malaysia lebih mudah dipengaruhi oleh pengengaruh yang memiliki imej tulen dan lebih dekat dengan gaya hidup harian. Mereka membina kredibiliti dan hubungan rapat dengan pengikut melalui perkongsian kandungan yang autentik dan relevan dalam niche tertentu. Hubungan peribadi yang terjalin inilah yang menjadikan cadangan atau ulasan pengengaruh lebih dipercayai dan memberi impak yang lebih besar kepada keputusan pembelian.

Selain itu, salah satu kelebihan ketara pengengaruh digital, khususnya mikro-pengengaruh ialah kos yang jauh lebih rendah berbanding selebriti. Ini membolehkan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dengan bajet terhad turut serta dalam arena pemasaran pengengaruh. Malah, beberapa agensi pemasaran di Malaysia melaporkan pulangan pelaburan (ROI) yang sangat memberangsangkan sehingga USD6.50 untuk setiap USD1 yang dibelanjakan dalam kempen melibatkan pengengaruh.

Contoh nyata dapat dilihat dalam kempen restoran makanan segera Jollibee, yang menggunakan gabungan 35 pengengaruh (makro dan mikro) untuk pelancaran cawangannya di Sunway Pyramid. Hasilnya, kadar penglibatan (*engagement rate*) yang dicapai mencecah 6.83%. Ia adalah satu angka yang jauh mengatasi purata industri dan membuktikan kekuatan capaian kandungan digital yang menarik dan relevan.

Sementara itu, dalam konteks jualan langsung seperti *TikTok Shop*, kajian oleh Arfan et al. (2023) menunjukkan bahawa nilai sosial seperti sokongan komuniti dan rasa kebersamaan memainkan peranan penting dalam meyakinkan pengguna. Disokong oleh nilai ekonomi seperti tawaran diskaun atau harga eksklusif, kempen pengengaruh bukan sahaja meningkatkan jualan, malah memperkukuh hubungan antara jenama dan pelanggan.

Secara rumusannya, keberkesanan pengengaruh dalam pemasaran terbukti membina kesedaran jenama (*brand awareness*) dan meningkatkan jualan. Pada masa yang sama, ia turut memberikan alternatif yang lebih menjimatkan kepada PKS. Namun, keberkesanan ini harus diseimbangkan dengan tanggungjawab etika dan kejujuran dalam komunikasi. Justeru syarikat dan pengengaruh perlu bekerjasama dalam membina naratif yang bukan sahaja memikat, tetapi juga telus dan berasaskan kepercayaan jangka panjang.



**Sumber gambar: <https://www.insg.co/influencer-marketing-malaysia/>

TAK NAK BISNES SENDU? AMALKAN 5 RAHSIA ONLINE INI!

Penulis: Siti Nor Hafiza Mohd Yusoff¹ dan Asmawati @ Fatin Najihah Alias²

^{1,2}Fakulti Sains Gunaan, UiTM Cawangan Johor Kampus Pasir Gudang

Pada era digital yang serba pantas ini, perniagaan secara online semakin menjadi pilihan utama usahawan kecil mahupun syarikat besar. Platform digital membuka peluang lebih luas tanpa had sempadan geografi. Namun persaingannya juga semakin sengit. Berikut adalah 5 tips berguna untuk membantu anda mengurus dan mengembangkan perniagaan online dengan lebih berkesan.

Langkah yang paling penting ialah memahami siapa pelanggan anda. Lakukan kajian pasaran dengan mengenal pasti umur, lokasi, minat dan keperluan mereka. Gunakan data ini untuk menghasilkan produk, kandungan atau promosi yang lebih relevan dan menarik minat pelanggan.

Dalam dunia online, pelanggan tidak dapat melihat anda secara fizikal. Oleh itu, jenama anda adalah 'wajah' utama. Gunakan logo yang menarik, warna yang konsisten dan mesej yang jelas di semua platform laman web, media sosial dan iklan. Kepercayaan pelanggan terbina melalui identiti jenama yang profesional.

Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Tik Tok*, *Threads* atau *X (Twitter)* bukan sekadar tempat beriklan. Ia juga medium untuk berinteraksi dan membina komuniti. Kongsi kandungan yang bermanfaat, adakan dengan lebih kerap sesi 'live', dan galakkan pelanggan memberi maklum balas. Algoritma media sosial lebih mengutamakan kandungan yang mendapat respon tinggi.

Selain media sosial, manfaatkan pemasaran melalui email, pengiklanan berbayar (*Google Ads*, *Facebook Ads*, *Instagram Ads*) dan *Search Engine Optimization (SEO)*. Usah bergantung pada satu saluran sahaja kerana pelanggan wujud dalam pelbagai medium. Oleh itu, pelbagaikan strategi supaya jenama anda mudah ditemui di pelbagai platform.

Perkhidmatan pelanggan yang pantas dan mesra akan memberi kelebihan kepada anda berbanding pesaing. Balas pertanyaan dengan segera, berikan maklumat yang jelas dan selesaikan masalah pelanggan secepat mungkin. Pelanggan yang berpuas hati berpotensi menjadi agen promosi percuma melalui testimoni positif.

Perniagaan online bukan sekadar memuat naik gambar produk dan menunggu pelanggan datang. Ia memerlukan perancangan, kreativiti dan komitmen berterusan. Dengan strategi yang betul, perniagaan anda bukan sahaja mampu bertahan, malah berkembang maju menembusi pasaran lebih luas.

Selamat berjaya membina empayar perniagaan dalam talian anda!

7 TIPS DALAM PERNIAGAAN RETORT: PANDUAN USAHAWAN MUDA

Penulis: Muhamad Ismail Pahmi¹ & Ros Hasri Ahmad²

¹Fakulti Sains Maklumat UiTM Cawangan Johor, ²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan UiTM Cawangan Johor

Perniagaan berasaskan makanan retort semakin mendapat perhatian di Malaysia. Ia pesat berkembang selepas atau semasa Covid-19 melanda negara. Ini ekoran keterbatasan pergerakan serta isu penghantaran barangan yang mengambil masa yang lama semasa itu. Teknologi ini membolehkan makanan dimasak dan dibungkus dalam keadaan steril, tanpa pengawet, dan tahan lama tanpa perlu disimpan dalam peti sejuk. Perniagaan ini sangat sesuai untuk gaya hidup moden, terutamanya bagi pelanggan yang mahukan makanan ready to eat (RTE), mudah, cepat dan tahan lama.

Jika anda usahawan muda atau baru mahu menceburi bidang ini, berikut adalah 7 tips penting untuk membantu anda memulakan dan mengembangkan perniagaan retort dengan lebih yakin:

1. **Fahami “Apa itu teknologi retort?” dan apa keperluannya.** Jangan memulainya tanpa ilmu. Pelajari dahulu bagaimana retort berfungsi. Ia melibatkan pemanasan makanan dalam bungkus kedap udara pada suhu tinggi untuk membunuh mikroorganisma. Ini menjadikan makanan tahan lebih lama dan selamat dimakan.
2. **Pilih menu yang sesuai.** Tidak semua jenis makanan sesuai untuk retort. Pilih menu seperti rendang, kari, sambal tumis atau sup pekat yang tahan haba dan tidak berubah rasa atau tekstur selepas diproses. Uji resipi berkali-kali sehingga stabil.
3. **Ikuti kursus dan latihan.** Pelbagai agensi kerajaan seperti MARDI, FAMA, PUJB atau institusi pengajian tinggi ada menganjurkan kursus berkaitan retort. Anda akan belajar tentang suhu pemprosesan, kawalan kualiti, pembungkusan, dan keselamatan makanan.
4. **Mulakan secara kecilan dahulu.** Uji pasaran. Jangan terus buat dalam skala besar. Jual dahulu kepada kenalan dan rakan handai di sekeliling kita. Dapatkan maklum balas mereka.
5. **Rancang strategi pemasaran.** Gunakan platform media sosial sebagai permulaan. Jika dah stabil, gunakan platform e-dagang seperti *Shopee, Lazada TikTok* dan lain-lain untuk meluaskan pasaran.
6. **Rancang kewangan dengan baik.** Kos awalan serta bajet perlu realistik. Cari sokongan dan bantuan serta khidmat nasihat daripada pakar. Bantuan dari agensi kerajaan seperti MARA, TEKUN atau Agrobank sedia untuk mengembangkan perniagaan.
7. **Cipta identiti sendiri.** Ia akan menggambarkan keaslian dan kualiti produk. Bina jenama yang mampu diingat oleh pelanggan.

Perniagaan retort adalah gabungan antara tradisi makanan tempatan dan inovasi terkini serta moden. Ia bukan sekadar menjual makanan tetapi menjual kemudahan, kualiti dan kebolehpercayaan. Dengan ilmu dan strategi yang betul akan membuahkan hasil yang lumayan. Usahawan muda perlu berani menceburi perniagaan ini dan menjadikan perniagaan retort sebagai sumber pendapatan yang mampan dan berdaya saing.



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

MINAT MEMBUAHKAN HASIL

Penulis: Aidarohani Samsudin
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

“Minat itu akar kepada semangat. Bila kita buat sesuatu dengan minat, kita takkan mudah berputus asa.” Itulah pegangan hidup Muhammad Akmal bin Abdul Jabar, alumni UiTM Cawangan Johor yang kini mengorak langkah sebagai usahawan muda dalam dunia perniagaan *bundle*.



Perjalanan Akmal dalam dunia perniagaan bermula sejak di bangku sekolah lagi. Pada ketika itu, minatnya terhadap pakaian *bundle* begitu mendalam sehingga mencetuskan ilham untuk mencuba sesuatu yang baru. Dengan berani, Akmal mula menjual pakaian berjenama miliknya sendiri yang sudah tidak dipakai. Pada asalnya, niat Akmal berniaga secara sambilan hanyalah untuk menambah wang saku sekolah tetapi akhirnya menjadi titik tolak penting dalam hidupnya. Sedikit demi sedikit modal dikumpulkan dan daripada situ Akmal mula memasang impian untuk memiliki perniagaan sendiri.

Akmal mula serius menceburi bidang perniagaan pada tahun 2020, iaitu ketika tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Bagi Akmal, inilah peluang untuk menjana pendapatan alternatif. Fokus utama perniagaannya tertumpu kepada pakaian *tops* seperti kemeja-T, kemeja, baju berkolar, *sweatshirt* dan *hoodie*. Pemilihan ini dibuat berdasarkan pemerhatiannya bahawa barangan tersebut lebih mudah dijual berbanding pakaian *bottoms* seperti seluar.

Setelah bergelar mahasiswa UiTM, minat dan cintanya terhadap perniagaan tetap diteruskan. Akmal bijak memanfaatkan peluang yang ada. Semasa diberi kemudahan kolej selama dua semester, setiap minggu Akmal mengemas kini status *WhatsApp* miliknya dengan barangan yang dibawa. Apabila ada pelajar yang berminat, mereka akan datang ke biliknya untuk melihat sendiri barangan tersebut dan di situlah urusan niaga berlaku. Selain itu, untuk memperhebatkan aktiviti pemasaran, Akmal turut memuat naik gambar pakaian ke dalam kumpulan *WhatsApp* kolej seperti *Group* Jualan Sempana Riau. Pendekatan proaktif ini menunjukkan kebijaksanaannya dalam mengaplikasikan pemasaran digital sebagai alat utama untuk mendekati pelanggan dan menambah bilangan penonton.

Apabila berpindah keluar dari kolej, Akmal mula menjual secara fizikal di *Carboot Sale* Segamat yang diadakan pada setiap hari Ahad bermula dari jam 6 petang hingga 12 malam. Sambutan dan sokongan daripada peniaga-peniaga di situ terhadap minat pelajar-pelajar seperti Akmal dalam berniaga benar-benar mengharukannya. Di sini, Akmal berjaya membina rangkaian kenalan baharu serta berkongsi idea dan ilmu. Menurut Akmal, hingga kini dia masih berhubung dengan peniaga-peniaga *Carboot Sale* Segamat dan apabila dia ke Segamat, mereka masih melayaninya dengan mesra seperti pada hari pertama dia berniaga.



Pengalaman berniaga di Carboot Sale Segamat



Kenangan kali pertama Akmal berniaga secara fizikal



Pembukaan kedai di Batu Pahat

Walaupun ada malam tanpa jualan, Akmal tidak pernah berputus asa. Dia akan membuat siaran langsung (live) di TikTok dan mengemaskini barang-barang jualan di Carousell pada keesokan harinya. Pernah pada suatu ketika, Akmal benar-benar terdesak dan memerlukan wang. Dia segera memuat naik koleksi *bundle* ke Instagram. Dengan izin Allah, tidak lama kemudian koleksi tersebut berjaya dijual. Bagi Akmal, inilah detik paling bermakna dalam perjalanan perniagaannya yang menjadi satu kenangan yang kekal segar dalam ingatan.

Kini, hasrat Akmal untuk memiliki perniagaan sendiri sudah termakbul. Akmal telah memiliki kedainya sendiri di Ms Downtown Parit Raja, Batu Pahat yang mula beroperasi pada 8 November 2024. Walau bagaimanapun demi membina rangkaian dan meningkatkan penjenamaan diri serta menarik pelanggan baharu, Akmal tidak hanya bergantung kepada kedai fizikal sahaja tetapi beliau juga aktif menyertai acara perniagaan di Batu Pahat serta berniaga secara dalam talian melalui *TikTok*, *Instagram*, *Carousell* dan *Facebook*. Akmal mengakui bahawa industri *bundle* kini kurang rancak berbanding tahun 2021–2024 akibat persaingan sengit dengan pakaian baharu di media sosial dan platform e-dagang. Walau bagaimanapun semangatnya sebagai peminat dan penjual pakaian *bundle* tetap utuh.

****Sumber dan gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Muhammad Akmal bin Abdul Jabar**

DARI KEDAI HAIWAN KE TAMAN IMPIAN: KISAH ADAM PETTINGZOO

Penulis: Nur 'Amirah Mhd Noh
Fakulti Alam Bina, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam

Setiap kejayaan besar bermula dengan langkah kecil yang berani. Bagi Mohamad Syafiq bin Mhd Noh, anak jati Selangor kelahiran 20 Februari 1988, langkah itu hadir melalui sebuah kedai kecil menjual barangan haiwan peliharaan. Ketika rakan sebaya sibuk mengejar kerjaya profesional, beliau memilih dunia haiwan peliharaan yang lebih dekat di hatinya. Minat terhadap haiwan sudah berputik sejak kecil dengan membela ayam, kucing dan menyelamatkan haiwan jalanan. Pada 2013, beliau menubuhkan kedai *Gimmo Pethouse*, yang kemudian dinamakan semula *Adam Pettingzoo* pada 2020 sempena nama anak sulungnya. Latar belakangnya dalam bidang Seni dan Reka Bentuk menjadi aset penting dalam perjalanan perniagaannya. Berbekalkan ilmu Seni dan Reka Bentuk di institusi pengajian tinggi, Encik Syafiq menggunakan kemahirannya untuk menghasilkan bahan promosi sendiri seperti poster, banner dan baju pasukan *Adam Pettingzoo* yang bukan sahaja mengekalkan identiti jenama unik malah menjimatkan kos. Selain itu, beliau juga menggunakan kreativiti beliau dengan mencipta satu inovasi sistem penyimpanan haiwan yang selamat, selesa dan mudah alih.

Namun saingan hebat daripada pasar raya besar dan platform dalam talian membuatkan kedainya berdepan tekanan. Encik Syafiq terpaksa berdepan cabaran stok, pemasaran dan persaingan harga yang tidak masuk akal apabila kebanyakan pelanggan lebih memilih harga murah berbanding hubungan mesra sehingga kedainya kehilangan pelanggan setia. Menyedari cabaran itu, beliau telah membuat satu keputusan drastik mengubah hala tuju perniagaan dengan membina *petting zoo* bergerak iaitu konsep membawa haiwan jinak ke sekolah, taman atau acara komuniti agar orang ramai dapat berinteraksi secara langsung. Bermula dengan beberapa ekor anab, itik dan ayam kampung, beliau melatih haiwan agar mesra manusia, menjaga kebersihan serta menyelitikan pendidikan tentang penjagaan haiwan. Kini, selain haiwan jinak seperti kambing, *Adam Pettingzoo* turut menampilkan haiwan eksotik seperti ular sawa, iguana dan burung kakak tua yang menjadi tarikan utama. Konsep ini mendapat sambutan hangat daripada sekolah, karnival dan majlis sambutan hari lahir, menjadikan *Avanza* kecil beliau yang sarat dengan sangkar haiwan sebagai simbol kegembiraan di setiap lokasi. Menurut beliau, ramai ibu bapa berterima kasih kerana anak autisme mereka tersenyum setelah menyentuh kambing, malah ada juga yang pertama kali melihat ayam begitu dekat. Bagi beliau, inilah semangat yang membuatnya terus kuat untuk meneruskan perjuangan.

Tahun 2019 membawa ujian besar apabila pandemik COVID-19 melanda. Semua aktiviti sosial dihentikan serta-merta, tempahan acara dibatalkan dan pusat jagaan haiwan ditutup. *Petting zoo* yang sebelum ini meriah dengan kunjungan, tiba-tiba sunyi tanpa sebarang aktiviti. Kos penjagaan haiwan seperti makanan, rawatan veterinar dan penyelenggaraan tetap perlu ditanggung walaupun sumber pendapatan terhenti. Dalam situasi itu, Encik Syafiq mengambil inisiatif menawarkan servis mencuci haiwan peliharaan ke rumah pelanggan yang mendapat sambutan baik kerana ramai pemilik haiwan tidak perlu keluar rumah. Langkah ini bukan sahaja membantu menjana pendapatan tetapi juga mengekalkan hubungan baik dengan pelanggan setia.

Bagi Encik Syafiq, pandemik menjadi ruang bermuhasabah dan peluang memperkasa perniagaan. Beliau mula mendalami pemasaran digital, mengurus media sosial serta mempelbagaikan sumber pendapatan dengan menjadikan *Adam Pettingzoo* bukan lagi sekadar perniagaan fizikal tetapi turut berkembang dalam alam maya melalui akaun *Instagram @adam_pettingzoo*. Apabila keadaan kembali pulih selepas pandemik, *Adam Pettingzoo* bangkit dengan semangat baru. Selepas lebih satu dekad, ia kini berdiri sebagai entiti yang dihormati dalam komuniti bukan sahaja sebagai tempat rekreasi tetapi juga sebagai medan pembelajaran, terapi dan penghubung kasih sayang antara manusia dan haiwan.

Bagi Mohamad Syafiq keberanian, ketabahan dan kasih sayang menjadi kunci utama dalam setiap langkah menuju kejayaan. Jatuh bangun yang dilaluinya membuktikan bahawa kejayaan tidak hanya bergantung pada strategi perniagaan semata-mata tetapi juga pada keikhlasan hati. Apabila sesuatu dilakukan dengan penuh ikhlas dan kasih sayang hasilnya pasti akan datang juga. Hari ini, apabila anak-anak kecil tertawa melihat anab melompat atau menyentuh kuda padi buat pertama kali, Encik Syafiq tahu segala penat lelahnya berbaloi. Dari sebuah kedai kecil yang hampir tenggelam dalam persaingan, kini lahir sebuah empayar kecil yang penuh makna. Dan disinilah kenangan itu bermula.



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

PERNIAGAAN 'BUNDLE' MAMPU BIYAI PENGAJIAN DIPLOMA

Penulis: Nor Habibah Mohd Rosli¹ dan Muhammad Fadhil Zulhimi²

¹Fakulti Sains Gunaan, UiTM Pahang, Kampus Jengka, ²Fakulti Pengurusan Perniagaan, UiTM Johor, Kampus Segamat



Siapa sangka, timbunan pakaian terpakai atau bundle yang sering dipandang sepi mampu menjadi nadi utama seorang pelajar dalam membiayai yuran pengajiannya. Itulah kisah Muhammad Fadhil Zulhimi, 23, seorang mahasiswa dari Kuantan, Pahang yang kini melanjutkan pengajian di peringkat Ijazah Sarjana Muda dalam bidang Pemasaran Digital di UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat.

Perjalanan usahawan mudanya bermula ketika menuntut di UiTM Pahang, Kampus Jengka, dalam jurusan Diploma Sains. Pada waktu itulah beliau membuktikan bahawa perniagaan bukan sekadar cara menambah duit poket tetapi juga kunci kepada kebebasan kewangan yang lebih besar. Bagi Fadhil, perjalanan perniagaan ini bermula daripada sebuah keperluan bukannya sekadar kehendak. Dengan aspirasi untuk menamatkan pengajian diploma tanpa dibebani hutang pinjaman, beliau mengambil langkah berani menceburi dunia perniagaan pakaian terpakai atau lebih dikenali sebagai bundle. Perniagaan ini didaftarkan di bawah SSM dengan nama Fadhilnism *Worldwide*, namun dalam kalangan mahasiswa ia lebih dikenali dengan jenama Bundlenism. Namun jalan yang ditempuh tidaklah semudah yang disangka. Sebagai pendatang baru dalam industri ini, beliau berdepan dengan pelbagai cabaran. Antaranya kesukaran mendapatkan pembekal yang boleh dipercayai serta persaingan sengit daripada pemain industri yang sudah lama bertapak dan lebih berpengalaman.

Menurut Fadhil, kunci utama dalam mengimbangi pengajian dan perniagaan adalah pengurusan masa yang efisien. Setiap minggu, beliau menyusun jadual perancangan yang rapi bagi memastikan tugas akademik dan urusan perniagaan dapat diselesaikan tanpa ada yang terabai. Selain itu, beliau juga menitikberatkan kepentingan menimba ilmu dan membina jaringan sokongan. Beliau ada menerima bimbingan daripada mentor-mentor KOSISWA UiTM Pahang serta sokongan penuh daripada keluarga dan rakan-rakan. Bagi mengukuhkan jenama, beliau tidak hanya bergantung kepada media sosial. Beliau turut mengambil inisiatif menyertai pelbagai acara seperti *festival bundle*, *carboot sales*, pasar karat, serta hari keusahawanan yang dianjurkan pihak kampus. Melalui aktiviti ini, beliau berpeluang berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, sekali gus membina kepercayaan dan meningkatkan pengenalan jenama perniagaannya.



Kejayaan bukanlah sesuatu yang datang bergolek tanpa usaha, dan beliau juga tidak terkecuali daripada melakukan kesilapan dalam perjalanan ini. Namun setiap kesilapan yang dialami bukanlah titik kelemahan, sebaliknya menjadi guru yang paling berharga. Salah satu pengajaran terbesar yang diperolehnya adalah untuk tidak terlalu mudah percaya pada janji-janji manis pembekal. Pengalaman pahit itu mengajarnya untuk berfikir dengan lebih matang, menilai dengan teliti setiap keputusan dan melengkapkan diri dengan ilmu sebelum membuat sebarang keputusan. Segala cabaran ini akhirnya memantapkan dirinya sebagai seorang usahawan muda yang tabah. Namun, kejayaan sebenar bukan hanya diukur pada pencapaian duniawi. Di sebalik kesibukan menguruskan perniagaan, beliau sentiasa berusaha menyeimbangkan hidup dengan meluangkan masa menghadiri majlis-majlis ilmu dan agama di surau serta masjid berhampiran. Keperibadian yang seimbang inilah yang menjadikan beliau istimewa. Kejayaan yang dikecapinya hari ini bukan sekadar hasil kerja keras tetapi juga lahir daripada kesungguhan, doa dan tawakal. Inilah rahsia yang membantunya untuk terus melangkah menguruskan perniagaan dengan bijak sambil tetap cemerlang dalam pelajaran.

Kini segala pengorbanan dan usaha keras beliau membuahkan hasil. Perniagaan bundle yang diusahakan bukan sahaja menjadi wadah untuk mengasah kemahiran keusahawanan, malah telah membiayai sepenuhnya kos pengajian diploma beliau di UiTM Pahang. Kejayaan ini seterusnya membuka laluan untuk beliau melangkah lebih jauh ke peringkat ijazah di UiTM Segamat. Kisah ini membuktikan bahawa usia muda dan status pelajar bukan penghalang untuk berjaya. Dengan semangat, disiplin masa, dan kesediaan belajar daripada kesilapan, setiap pelajar mampu membina kejayaan serta mencapai kebebasan kewangan lebih awal.

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

DARI GULA APONG KE ISTANBUL

Penulis: Hjh Nurnazirah Jamadin
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Sarawak

Di sebalik setiap kejayaan besar, pasti ada cerita kecil yang mencetuskan langkah pertama. Bagi Siti Fatimah Adnan, seorang anak muda kelahiran Perlis, pengalaman menuntut ilmu di Sarawak menjadi titik mula kepada sebuah perjalanan luar biasa daripada sekadar keinginan menjamah aiskrim gula apong, kepada pembinaan empayar perniagaan berjenama *Mokti's Ice Cream* yang kini mempunyai lebih 90 cawangan termasuk satu di Istanbul, Turki.

Segalanya bermula ketika beliau menuntut di Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Sarawak dalam jurusan Ijazah Sarjana Muda Teknologi dan Pengurusan Perladangan. Di sini beliau pertama kali mengenali keenakan aiskrim gula apong, manis tempatan yang menggunakan gula asli dari pokok nipah. Apabila kembali ke Perlis, keinginan untuk menikmati semula aiskrim itu menjadi pendorong kepada langkah pertamanya dalam dunia perniagaan.

Beliau pada awalnya berniat hanyalah untuk melepaskan rindu terhadap aiskrim gula apong yang pernah dinikmati ketika menuntut di Sarawak, tanpa pernah terlintas untuk menjadi seorang usahawan. Namun niat yang sederhana itu menjadi permulaan kepada sesuatu yang luar biasa. Beliau menyertai kelas pembuatan manisan, membeli mesin manual dan mula bereksperimen sendiri. Beliau tidak menafikan perjalanan awalnya penuh dengan cabaran, apabila beberapa kali percubaan menghasilkan aiskrim tidak berjaya sehingga terpaksa dibuang. Namun, semangatnya tidak pernah luntur beliau terus mencuba berulang kali sehingga berjaya menemui resepi yang benar-benar menepati cita rasan. Pada tahun 2019, beliau membuka gerai kecil bersebelahan sebuah kedai serbaneka di Jejawi, Perlis. Ruang niaga itu hanya berukuran 10 x 12 kaki persegi, tetapi strategi pemasaran beliau amat bijak menyediakan aiskrim pada harga mampu milik untuk menarik perhatian pelanggan yang keluar dari kedai bersebelahan. Dari situ, jenama *Mokti's Ice Cream* mula mendapat tempat di hati pelanggan.

Kualiti dan keunikan produk menjadi kekuatan utama Mokti's. Menggunakan 95% gula apong asli dari Sarawak, tanpa tambahan gula putih atau perisa tiruan, produk ini mengekalkan rasa manis semula jadi dengan sentuhan masin yang tersendiri. Dari aiskrim *soft serve*, *popsicle* dan *tub*, hingga ke minuman *Air Special Blend* dan *Puding Apong*, variasi produk *Mokti's* memenuhi citarasa ramai. Dalam tempoh kurang tiga tahun, jualan jenama ini mencecah belasan juta dengan 94 cawangan beroperasi di seluruh Malaysia, termasuk satu yang membanggakan di Istanbul, Turki. Kejayaan ini lebih bermakna kerana dicapai dalam suasana mencabar pasca Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), ketika banyak perniagaan lain gulung tikar.

Kini, *Mokti's* bukan hanya jenama tempatan yang berjaya, tetapi simbol semangat keusahawanan anak muda yang tidak pernah berputus asa. Dengan enam buah kilang bertaraf Amalan Pengilangan Baik (GMP) di Perlis, Siti Fatimah membuktikan bahawa impian besar boleh bermula daripada keinginan kecil asal ada usaha dan keberanian untuk bermula. Kisah *Mokti's Ice Cream* adalah bukti bahawa kenangan yang terbina di Bumi Kenyalang mampu menjadi jambatan ke pentas antarabangsa. Dan kenangan itu bermula dengan satu rasa.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Vulcan Post 2024.**

SIMULATOR IMPIAN JADI KENYATAAN

Penulis: Hjh Nurulaini Hj Zamhury
Fakulti Sains Pentadbiran & Pengurusan Polisi, UiTM Cawangan Kedah

Dalam dunia keusahawanan, keberanian untuk bermula sering kali menjadi titik tolak kepada kejayaan. Setiap perniagaan lahir daripada sebuah impian, namun hanya mereka yang berani merealisasikan mereka mampu melakar sejarah tersendiri. Bagi saya, kenangan paling manis bermula pada tahun 2012 apabila saya membantu suami dan rakan kongsinya memulakan sebuah perniagaan simulasi penerbangan di Shah Alam. Berbekalkan minat mendalam terhadap dunia penerbangan serta keinginan untuk memberi manfaat kepada masyarakat, kami membangunkan sebuah pusat simulasi yang menawarkan

Dan Kenangan Bermula

pengalaman menerbangkan pesawat secara realistik. Walaupun ketika itu kami tidak memiliki latar belakang pendidikan formal dalam industri penerbangan, namun minat, kesungguhan dan semangat untuk mencuba menjadi pendorong utama. Lebih daripada sekadar perniagaan, usaha ini memberi ruang untuk masyarakat merasai pengalaman unik, sekaligus mencetuskan minat baharu serta memberi inspirasi kepada anak-anak muda untuk berani bercita-cita menjadi juruterbang.

Pusat simulasi kami menggunakan replika kokpit pesawat *Boeing 737-800* yang lengkap dengan sistem kawalan sebenar untuk memberikan suasana seakan-akan berada di dalam pesawat sebenar. Bagi memastikan kualiti dan kredibiliti setiap sesi, kami melantik jurulatih berkelayakan yang pernah menjalani latihan sebagai juruterbang sebenar untuk membimbing para pelanggan. Sejak diperkenalkan, program ini menerima sambutan hangat daripada pelbagai lapisan masyarakat termasuk pelajar sekolah, institusi pengajian tinggi, keluarga dan pelancong. Misi utama kami adalah untuk menjadikan pembelajaran tentang dunia penerbangan sebagai sesuatu yang menyeronokkan di samping memberi pendedahan awal kepada masyarakat umum khususnya generasi muda agar mereka berani menanam cita-cita dan terus terinspirasi untuk menceburi bidang penerbangan.

Dalam perjalanan menguruskan perniagaan ini, kami tidak terlepas daripada cabaran dan ujian yang menguji kekuatan serta kesabaran. Setiap pengalaman yang ditempuhi mengajar kami tentang erti kesabaran, amanah serta betapa pentingnya berserah sepenuhnya kepada Allah SWT dalam setiap langkah yang diambil. Kami juga sedar bahawa cabaran dan ujian merupakan sebahagian daripada sunnah perjuangan Rasulullah SAW, junjungan mulia yang kita kasihi yang turut pernah melalui pengalaman dalam dunia perniagaan. Setiap ujian yang hadir membuka ruang untuk bermuhasabah, menilai kelemahan diri dan mendekatkan hati kepada Allah Yang Maha Mengatur segala sesuatu. Dari pengalaman ini, kami belajar bahawa rezeki adalah urusan Allah. Sebagai hamba-Nya, tugas kita hanyalah berusaha dengan sebaik mungkin dengan penuh tawakal.

Walaupun jalan yang dilalui tidak mudah dan penuh dengan liku, kami yakin bahawa setiap susah payah pasti tersimpan hikmahnya. Rasulullah SAW pernah bersabda: *“Sungguh menakjubkan urusan orang yang beriman. Apabila dia mendapat kesenangan, dia bersyukur. Apabila dia ditimpa kesusahan, dia bersabar. Maka itu adalah kebaikan baginya.”* (Riwayat Muslim). Berpegang pada hikmah ini, kami berharap kisah perjalanan ini dapat menjadi inspirasi untuk terus mengejar impian, tidak mudah berputus asa serta sentiasa yakin bahawa Allah SWT bersama orang-orang yang bersabar, beriman dan berusaha.

Your Ultimate Flying Experience

Ever wonder how pilots land the plane at Kuala Lumpur International Airport (KLIA) or any other airport around the world? Now for the first time in Malaysia, AVIAX offers you the opportunity to have control as a captain and to assume the responsibility in our almost true to life Boeing 737-800 simulator.

If you just like to enjoy flying through the clouds or just want to be a pilot for the day, this simulator is not a place you want to give a miss.

WE ARE HERE

Location
22-1, Street 2, Jalan Oren 11
10175, Taman TTDI Jaya
40150 Shah Alam
Selangor

Hours: 10am - 8pm
Open everyday except Friday
Phone No: 011-3866 500

AVIATION EXPERIENCE
FLIGHT SIMULATOR

www.aviax.my

Boeing 737NG
Flight Simulator

YOUR ULTIMATE FLYING EXPERIENCE

NOW AVAILABLE IN MALAYSIA

Gifts

Contact : 011-3866 500
www.aviax.my
AviationExperience



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

NASI LEMAK STRAWBERI

Penulis: Aidarohani Samsudin
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Bagi kebanyakan orang, strawberi hanya sinonim dengan pencuci mulut, milkshake atau jem sarapan pagi. Namun bagi Tuan Amnan Fakri Othman, buah berwarna merah ini menjadi sumber ilham yang mengubah seluruh perjalanan hidupnya. Berbekalkan ilmu daripada Diploma Pengajian Perniagaan di UiTM Kampus Jengka, beliau kini berjaya sebagai pengasas rangkaian 'Abang Strawberry' dan 'Ayahman', dua jenama agro-makanan tempatan yang semakin dikenali ramai.



Setelah menamatkan pengajian pada tahun 2008, Amnan memulakan langkah pertama sebagai usahawan di pasar malam. Ketika itu beliau tidak memiliki modal yang besar, hanya keazaman, rasa ingin mencuba dan sedikit pengalaman berniaga. Tetapi dari situlah beliau belajar tentang kerenah pelanggan, nilai ketekunan dan keperluan untuk sentiasa membawa kelainan dalam perniagaan. Pengalaman yang dilaluinya berjaya membuka mata beliau tentang potensi industri makanan. Saat kebanyakan usahawan mengejar trend kopi hipster atau makanan viral, beliau memilih jalan yang hampir tidak diterokai iaitu inovasi berasaskan strawberi tempatan.



Inspirasi tersebut mendorong Amnan untuk menubuhkan Food Solutions Enterprise, yang kemudiannya berkembang menjadi YBS Agro Premiere (YBSA). Melalui syarikat ini, lahirlah jenama 'Abang Strawberry' yang menggabungkan dua konsep utama iaitu agro makanan dan agro pelancongan. Melalui jenama 'Abang Strawberry', beliau memperkenalkan konsep "Strawberry Factory Café", sebuah outlet di Cameron Highlands yang bukan sekadar menjual produk tetapi membawa pengunjung merasai konsep pelancongan agro interaktif.

Pada tahun 2014, beliau mengorak langkah lebih berani dengan mencipta produk unik seperti Sambal Strawberry Ikan Masin, sebuah gabungan yang pada mulanya dianggap pelik oleh ramai orang. Namun disitulah terletak keistimewaan Amnan, beliau tidak takut bereksperimen. Produk inovatif ini akhirnya diterima baik dan memberi impak besar kepada perkembangan jenama, sehingga menarik perhatian pengunjung tempatan dan luar negara yang datang ke Cameron Highlands. Pada masa yang sama, penghasilan produk tersebut turut membuka mata masyarakat terhadap potensi produk tempatan jika diolah dengan kreatif.

Di *Strawberry Factory Café*, pelanggan berpeluang menikmati menu strawberi sambil mengenali proses penghasilan dan penanaman buah tersebut. Bermula sebagai kafe kecil, kini ia telah menjadi destinasi pelancongan agro yang popular. Nasi lemak sambal strawberi merupakan antara menu unik yang terdapat di *Café* beliau. Kejayaan *Café* itu turut membuka peluang kepada jenama kedua, 'Ayahman' iaitu produk berasaskan strawberi dalam bentuk snek dan makanan ringan untuk pasaran yang lebih meluas.

Menyedari bahawa era ekonomi digital membawa cabaran yang besar kepada usahawan sepertinya, Amnan tidak sekadar berdiam diri. Sebaliknya, beliau segera menyesuaikan strategi dengan memanfaatkan sepenuhnya media sosial serta platform e-dagang bagi memastikan jenamanya kekal relevan dalam pasaran yang semakin kompetitif.

Langkah proaktif ini membuka ruang baharu membolehkan produk beliau menjangkau pelanggan di seluruh negara tanpa bergantung kepada trafik fizikal semata-mata. Pada masa yang sama, Amnan turut menggabungkan strategi pemasaran digital dengan penceritaan jenama (*brand storytelling*), iaitu meletakkan nilai budaya, keaslian dan inovasi sebagai 'cerita' di sebalik setiap produk. Pendekatan ini terbukti berkesan, khususnya dalam menarik perhatian generasi muda yang bukan sahaja melihat pada rasa, tetapi juga menghargai identiti dan nilai di sebalik sesuatu jenama.

Kini, beliau menyasarkan segmentasi baharu antaranya pasaran eksport, kerjasama dengan rangkaian pelancongan agro, serta digital franchising sebagai langkah memperkukuh jenamanya di peringkat antarabangsa.

****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada facebook Amnan Fakri Othman**

ANAK JOHOR IKON USAHAWAN

Penulis: Diana' Mazan¹ dan Aidarohani Samsudin²

^{1,2}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Johor, Kampus Segamat

Amin Muqtadir Rosli nama yang tidak asing lagi bagi warga kampus UiTM Segamat. Beliau merupakan alumni UiTM Cawangan Johor yang berkelulusan Ijazah Sarjana Muda Pemasaran Digital (Kepujian), Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor Kampus Segamat. Pelajar ini telah dianugerahkan sebagai pelajar terbaik Ijazah Sarjana Muda Pemasaran Digital UiTM Johor. Ijazah yang digenggamnya sealiran dengan minat beliau dalam dunia perniagaan.



Kesungguhan dan minat dalam perniagaan Amin Muqtadir bermula daripada zaman kampus lagi sehingga saudara Amin berjaya membina empayar perniagaan yang dinamakan dengan nama "Helok Clothing."



Perniagaan "Helok Clothing" ini dijalankan di Taman Bukit Dahlia, Pasir Gudang, Johor. Perniagaan ini dijalankan secara atas talian sepenuhnya dengan menggunakan sesawang digital. Bersandarkan kelulusan dan kepakaran dalam pemasaran digital, saudara Amin telah berjaya membina laman sesawang perniagaannya sendiri iaitu *helokclothing.com*. dan sangat aktif menjalankan perniagaan melalui platform Instagram *helok.clothing*. Dengan cara ini, ianya dapat memudahkan pengguna seluruh Malaysia mengakses perniagaan *helok clothing* serta mendapatkan khidmat rundingan dan tempahan.

Helok Clothing ini menawarkan perkhidmatan pencetakkan baju, merekacipta logo, nama atau tulisan di atas baju dan juga membuat tag baju. Berpegang kepada prinsip kualiti dan kepuasan pengguna, *Helok Clothing* telah berjaya mendapatkan tempahan yang berjulat besar dari pelbagai agensi kerajaan dan juga swasta antaranya Jabatan Perdana Menteri, Universiti Teknologi MARA dan beberapa agensi lain. Jika dilihat dari ulasan pengguna di laman sesawang *Helok Clothing*, rata-rata pengguna sangat berpuas hati dengan kualiti baju dan cetakan sehingga majoriti pengguna memberi penilaian kualiti 100%.



Kejayaannya di dalam dunia perniagaan pada usia yang muda ini berjaya memperkukuhkan dan memperkasakan kerjaya saudara Amin sebagai usahawan muda. Beliau tidak lokek untuk berkongsi kejayaan dalam perniagaannya bersama mahasiswa universiti dan usahawan muda yang baru hendak berjinak-jinak dalam dunia perniagaan. Diatas kepercayaan yang diberikan oleh universiti Teknologi MARA terhadap saudara Amin, beliau telah dilantik sebagai mentor dalam program bersama anak-anak Johor.

Keikhlasan dan kesungguhan beliau jelas terserlah dalam usaha membantu mahasiswa untuk terus maju dalam dunia perniagaan apabila beliau telah berjaya dinobatkan sebagai 'Excellent Mentee & Active Volunteer' dengan Anugerah Ikon Anak Johor.

Bila ditanya apakan resepi kejayaan dalam perniagaan? Saudara Amin menyatakan tiga asas utama iaitu pendidikan, modal dan pendapatan. Pendidikan, menganalisis dan mengunapakai beberapa kaedah/teknik jualan/pemasaran terutamanya melalui ilmu yang telah dipelajari di universiti telah berjaya membuahkan hasil. Modal, menjadikan ianya bukan sahaja sumber utama perniagaan malah sumber untuk terus bergiat aktif dalam aktiviti kemasyarakatan dan yang terakhir adalah pendapatan, digunakan bukan sahaja untuk kepentingan perniagaan dan diri, malah untuk membantu individu lain terutamanya para belia untuk memulakan perniagaan dan menjana pendapatan. Begitu hebat pendiriannya! Kini saudara Amin dipandang sebagai Ikon Usahawan Muda Alumni UiTM Johor. Semoga kisah ini memberi inspirasi kepada anak muda yang masih baru dalam dunia perniagaan.



Sumber: [helokclothing.com](https://www.instagram.com/muqtadirosli?igsh=azJsb2FtbHJ4eTE2), <https://www.instagram.com/muqtadirosli?igsh=azJsb2FtbHJ4eTE2>,
<https://www.instagram.com/helok.clothing?igsh=bnp5b2N1amVhY2Rw>

SEJUK BEKU TUMBANG, RETORT GEMILANG

Penulis: Muhamad Ismail Pahmi¹ dan Shafiee Md Tarmudi²

¹Kolej Pengajian Pengkomputeran, Informatik & Matematik, ²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Ketika dunia dilanda pandemik COVID-19, ramai usahawan tempatan bergelut untuk meneruskan kelangsungan hidup, khususnya yang terlibat dalam bidang perniagaan. Salah seorang daripadanya ialah Puan Nurulnadia, iaitu pengasas NNM *Industries*, sebuah syarikat makanan berasaskan produk sejuk beku yang berpangkalan di Muar, Johor. Namun, berbekalkan semangat juang dan ketabahan luar biasa, beliau berjaya mengubah krisis menjadi peluang dengan cara menukar haluan perniagaan kepada penghasilan makanan melalui kaedah 'retort'.

Perniagaan Puan Nurulnadia adalah berasaskan produk makanan sejuk beku seperti sate, pizza, kuih muih, kambing perap dan beberapa hidangan harian yang lain. Sebelum pandemik melanda, perniagaan Puan Nurulnadia mendapat sambutan yang sangat menggalakkan. Walaubagaimanapun dijangka panas hingga ke petang, namun hujan turun ditengahari. Segala-galanya berubah apabila Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dikuatkuasakan. Ini disebabkan oleh rantaian bekalan yang terjejas, pelanggan yang berkurangan serta berlaku masalah logistik yang mengakibatkan kerugian besar kepada NNM *Industries*.

"Saya masih ingat ketika itu, kami mengalami kerugian yang amat teruk, hampir 5,000 cucuk sate sejuk beku terpaksa dibuang kerana tidak dapat dihantar kepada pelanggan tepat pada masanya" kata Puan Nurulnadia ketika sesi temubual. Produk sejuk beku Puan Nurulnadia memerlukan kawalan suhu yang ketat dan proses penghantaran produk ini terganggu akibat kekangan pergerakan pada tempoh PKP tersebut. Selain daripada itu, banyak produk yang dihantar sampai ke destinasi dalam keadaan rosak. Masalah ini timbul kerana kekurangan kemudahan penghantaran bersuhu rendah dan kesesakan dalam sistem logistik ketika tempoh pandemik. Kesannya, ia bukan sekadar rugi pada sudut kewangan, malah turut memberi kesan negatif kepada reputasi syarikat beliau.

Namun, dalam kegawatan itu, Puan Nurulnadia yang berkelulusan Ijazah Sarjana Muda Sains Makanan daripada Universiti Malaysia Terengganu tidak berputus asa. Beliau mula mencari alternatif yang lebih tahan lama dan fleksibel. Maka terhasil lah idea untuk beralih kepada penghasilan makanan melalui kaedah 'retort'. Melalui teknologi retort, makanan ini perlu diproses dalam suhu tinggi dan dibungkus dalam keadaan kedap udara. Kelebihannya, makanan ini akan mampu disimpan tanpa penyejukan selama 2 tahun.

Sesungguhnya peralihan ini bukan suatu perkara yang mudah. Ia memerlukan pelaburan yang besar dalam teknologi, latihan serta pembungkusan semula produk. Namun berkat usaha gigih dan kesungguhan Puan Nurulnadia serta sokongan daripada suami beliau, NNM *Industries* berjaya memperkenalkan rangkaian produk retort seperti rendang ayam, kari daging, sambal tumis, dan banyak lagi.

Hari ini, NNM *Industries* bukan sahaja kembali stabil, malah berjaya menembusi pasaran luar Johor dan mula mendapat permintaan daripada seluruh Malaysia. Produk retort keluaran mereka diterima baik oleh pelanggan kerana ianya mudah, murah, tahan lama, berkualiti dan tetap enak seperti masakan di rumah.

Kisah Puan Nurulnadia adalah bukti bahawa setiap cabaran mempunyai jalan penyelesaian. Semangat keusahawanan sejati mampu mengubah haluan dalam apa jua situasi. Dari kegagalan produk sejuk beku semasa COVID-19, kini beliau muncul sebagai antara peneraju pengeluar makanan retort tempatan yang semakin berkembang maju dengan jayanya. Semoga kisah inspirasi ini dapat menjadi pedoman kepada usahawan muda supaya tidak mudah putus asa dalam apa jua cabaran dan halangan dalam arena perniagaan.

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



JURUTERA KEK LAPIS

Penulis: Hjh Nurnazirah Jamadin
Fakulti Pengurusan Perniagaan, UiTM Sarawak

Jika dahulu kek lapis Sarawak hanya dikenali dengan corak lapisan yang ringkas dan rasa tradisional, kini ia telah berevolusi menjadi produk warisan yang mewah dan eksklusif. Keunikan coraknya yang berlapis-lapis bukan sahaja menjadi identiti makanan tradisi negeri Sarawak, malah ianya telah menembusi pasaran antarabangsa dan mendapat pengiktirafan sebagai produk kuliner premium.

Kek lapis Sarawak pada asalnya berperanan sebagai sajian istimewa sempena musim perayaan seperti Hari Raya Aidilfitri dan Tahun Baharu. Namun, dengan perkembangan ilmu, kreativiti dan inovasi oleh para pengusaha, kek lapis kini tampil dalam pelbagai reka bentuk geometri yang rumit, berwarna-warni dan dipelbagaikan dengan perisa moden seperti *red velvet*, coklat keju, dan *cappuccino*. Transformasi ini menjadikan kek lapis bukan sekadar makanan, tetapi juga karya seni yang mempunyai nilai komersial yang tinggi.

Antara pengusaha yang menceburi industri kuliner warisan ini ialah Puan Zainon Noh, alumni Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Sarawak. Beliau dahulunya merupakan jurutera teknologi maklumat (*IT engineer*) di sebuah syarikat antarabangsa, namun mengambil keputusan yang berani untuk meninggalkan kerjaya profesionalnya selepas berdepan dengan beberapa cabaran kehidupan. Dengan tekad dan semangat untuk meneruskan kehidupan, Puan Zainon memulakan perniagaan kek lapis Sarawak di Semenanjung Malaysia dan beliau telah berjaya memperkenalkan inovasi corak kek lapis berasaskan bentuk geometri moden.

Hasil kreativiti beliau telah membuka jalan kepada kemunculan lebih banyak corak kek lapis baharu yang unik dan menarik. Inovasi ini bukan sahaja mencetuskan minat dalam kalangan pembuat kek tempatan, malah turut mendapat perhatian pasaran antarabangsa. Kini, perniagaan beliau terus berkembang pesat hingga ke Singapura, sekaligus meletakkan kek lapis Sarawak sebagai produk berpotensi di peringkat global.

Walaupun harga seunit kek lapis premium boleh mencecah ratusan hingga ribuan ringgit, permintaan terhadap produk ini terus meningkat dari semasa ke semasa. Ini membuktikan bahawa pengguna bukan sekadar membeli untuk menikmati rasa, tetapi juga untuk menghargai nilai seni, ketelitian tangan pembuatnya serta kisah warisan yang mengiringinya.

Kejayaan seperti ini turut menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi mikro dan membuka lebih banyak peluang keusahawanan, khususnya dalam kalangan wanita dan belia. Banyak perusahaan kecil dan sederhana (PKS) di Sarawak dan luar negeri kini mengkomersialkan kek lapis secara dalam talian, menjadikan produk ini lebih mudah diakses oleh pembeli di pelbagai negara.

Di samping itu, kek lapis Sarawak juga menjadi aset penting dalam pelancongan budaya. Ramai pelancong menjadikannya sebagai cenderamata istimewa untuk dibawa pulang. Malah, kek lapis telah menjadi lambang kepada kecanggihan warisan kuliner tempatan yang berjaya menyeimbangkan antara tradisi dan inovasi.

Secara keseluruhannya, kek lapis Sarawak merupakan manifestasi kebijaksanaan budaya, kreativiti moden dan kekuatan semangat keusahawanan. Peranan individu seperti Puan Zainon Noh menjadi contoh bagaimana ilmu, ketabahan dan keberanian mengubah cabaran menjadi kejayaan. Dengan sokongan berterusan daripada pelbagai pihak, tidak mustahil kek lapis Sarawak akan terus unggul sebagai ikon makanan warisan negara yang akan dapat menawan selera dunia.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Puan Zainon Noh di media sosial.**

LAGENDA TERUBUK MASIN SARAWAK

Penulis: Wan Muhd Faez Wan Ibrahim

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Sarawak, Kampus Samarahan

Produk ikan terubuk masin telah menjadi salah satu cabang perniagaan yang banyak menyumbang kepada pembangunan ekonomi dan pertumbuhan pendapatan di Sarawak kerana ikan terubuk masin merupakan antara produk ikon dan warisan negeri Sarawak selain daripada kek lapis. Ikan terubuk masin juga turut menyumbang dalam membangunkan sektor eko-pelancongan di Sarawak. Keusahawanan dalam sektor makanan tradisional memegang peranan penting dalam mengekalkan warisan budaya dan menyumbang kepada ekonomi tempatan. Di Kuching, ikan terubuk masin dikenali sebagai produk ikonik yang menjadi pilihan penduduk serta pelancong. Potensi industri ini dapat dilihat melalui kisah kejayaan Haji Ibrahim Mohamad Sahari, pengasas Perusahaan U.I.T.M. (Usahawan Ikan Terubuk Masin), yang memulakan operasi di Medan Niaga Satok, Kuching sejak tahun 1989.

Usahawan yang lebih mesra di sapa sebagai 'Pak Brahim' ini telah memulakan perniagaan secara kecil-kecilan sebelum mengembangkan operasinya melalui sokongan pelanggan setia serta peningkatan permintaan pasaran. Kedai Haji Ibrahim telah beroperasi lebih dua dekad dan dianggap sebagai salah satu lokasi terpenting untuk mendapatkan ikan ikonik Sarawak ini. Lokasi strategik di Satok, merupakan daerah membeli-belah di Kuching, telah membantu meningkatkan tarikan pelancong.

Ikan terubuk masin yang dijual di Kedai Haji Ibrahim dikenali kerana berkualiti tinggi, rasanya yang enak serta kaedah pengawetan tradisional yang digunakan. Ikan-ikan ini diasinkan dengan teknik lama yang diwarisi orang tuanya secara turun-temurun, tetapi disesuaikan dengan kebersihan dan pembungkusan moden. Strategi ini membolehkan produk ini kekal relevan dan menarik hati pelanggan moden yang lebih peka terhadap aspek kebersihan dan pembungkusan produk.

Bagi memperluas pasaran, Haji Ibrahim turut mengambil pendekatan digital dalam mempromosikan produk, termasuk melalui media sosial dan aplikasi pesanan dalam talian. Perkhidmatan penghantaran ke seluruh Malaysia juga ditawarkan. Ini menjadikan ikan terubuk masin Sarawak mudah diakses oleh pelanggan dari luar negeri. Selain itu, beliau juga melakukan inovasi produk seperti Serunding Ikan Terubuk dan juga Ikan Terubuk *Crispy*.

Walaupun menghadapi pelbagai cabaran kos dan pasaran, inisiatif Ibrahim telah menghasilkan peluang pekerjaan untuk penduduk tempatan dan mewujudkan rantai bekalan dengan pembekal serantau. Perniagaannya itu juga telah menjadi sumber rujukan untuk penyelidikan keusahawanan mikro oleh pelajar di institusi pengajian tinggi. Melangkah jauh, barangan ikan terubuk masin keluarannya juga terkenal sebagai cenderahati rasmi sehingga mampu dieksporth ke peringkat antarabangsa, ini sekali gus menaikkan nama Kuching secara khususnya dan nama Sarawak secara amnya.

Sebagai kesimpulan, Perusahaan U.I.T.M. (Usahawan Ikan Terubuk Masin) ialah contoh utama bagaimana warisan makanan tradisional boleh berfungsi sebagai asas bagi perusahaan yang mampan. Haji Ibrahim Mohamad Sahari telah menunjukkan bahawa perusahaan kecil tradisional boleh kekal relevan dalam pasaran semasa dengan menggunakan strategi pengurusan strategik, memilih bahan berkualiti tinggi dan dalam masa yang sama mempromosikan produk Sarawak. Hasil usaha usahawan ini menunjukkan bagaimana daya tahan keusahawanan dan inovasi dalam perniagaan boleh memulihara budaya masakan tradisional di samping menyokong pembangunan ekonomi tempatan.



Sumber:

<https://www.theborneopost.com/2011/06/22/usahawan-ikan-terubuk-masin-s%E2%80%99wak-makin-berdepan-cabaran/>
<https://www.tvsarawak.my/2022/04/24/serunding-terubok-dan-terubok-crispy-inovasi-baharu-usahawan-satok/>

ASHHRYSHOSHEDAP: MENU YANG MENCUIT HATI!

Penulis: Aidarohani Samsudin¹, Shahira Abd Jabar²

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

Di tengah-tengah kesibukan bandar Johor Bahru, telah wujud sebuah kafe yang namanya kian meniti di bibir para penggemar makanan. Ashhryshoshedap, sebuah nama yang mungkin sukar disebut pada mulanya, namun pasti melekat di hati semua selepas kunjungan kali pertama. Dengan slogan *Not your average cafe!*, Ashhryshoshedap yang terletak di Jalan Kolam Ayer ini beroperasi setiap hari bermula jam 12.00 tengah hari hingga jam 12.00 tengah malam.

Daya tarikan utama Ashhryshoshedap terletak pada nama menunya yang kreatif dan mencuit hati. Siapa sangka, pesanan makanan boleh menjadi begitu dramatik? Bayangkan anda memesan Set 'Bawallah Ku Ke Syurga', hidangan set ikan bawal yang lengkap dengan ulam-ulaman segar, sambal belacan padu, telur, dan kuah kari pekat. Atau mungkin anda sedang dalam mood melankolik dan ingin mencuba 'Miang Pla Terguris Hati', 'Tergamak Kau Mungkiri Janji', Set 'Nasi Tak Bisa Melepaskanmu Wahai Udangku', 'My Keropok is Better than Your Ex' dan pelbagai menu lagi .

Tidak cukup dengan itu, nama minuman pun tidak kurang hebatnya. Menu 'Putus Terpaksa', 'Shayangku Honey Lemon', dan 'Dragon Fruit Lemonade Refreshing Hukuman Tuhan' antara nama unik bagi minuman yang ditawarkan kepada para pengunjung. Nama-nama ini bukan hanya sekadar gimik, ia adalah strategi pemasaran genius yang membuatkan pelanggan tersenyum, mengambil gambar, dan berkongsi di laman-laman media sosial. Inilah kelainan kuasa pemasaran yang menjadikan Ashhryshoshedap tular di serata Malaysia!

Di sebalik nama-nama lucu itu, kualiti makanan tetap menjadi keutamaan. Berdasarkan ulasan pelanggan yang membajiri *Google Review*, rata-rata mereka sangat berpuas hati dengan kuantiti hidangan yang disajikan, rasa hidangan yang sangat konsisten, dan ditambah pula dengan penggunaan bahan yang segar. Salah seorang pelanggan yang bernama Kim Kyra turut berkongsi, "Walaupun makanan sudah tidak panas lagi ketika ketibaan kami untuk berbuka puasa, namun begitu rasanya masih sangat lazat. Menurut beliau lagi, 'Sotong Goreng Tepung; *Two is Never Enough*', dan 'Spaghetti Salted Egg' adalah menu yang wajib dicuba oleh semua!"

Seorang lagi pelanggan menyifatkan pemiliknya sebagai seorang yang sangat mesra dan merendah diri. Menurut Jay, beliau bukan sahaja melayan pelanggan, tetapi turut berkongsi kisah di sebalik hidangan. Ini membuatkan pengunjung berasa seperti di rumah sendiri. Fey Fuh dalam komentarnya mengulas hidangan 'Butter Clam Salted Egg with Mantao Bun' dan 'Harimau Menangis' sangat kena dengan tekak Melayu. Menu tersebut kaya dengan rasa pedas yang sederhana dan sangat sesuai untuk dinikmati seisi keluarga.

Salah seorang pelanggan, Hafiz Khairul, turut berpuas hati dengan perkhidmatan kafe ini yang turut diklasifikasikan sebagai cemerlang. "Perkhidmatan pun hebat, pelayan pun sangat mesra, masa menunggu yang singkat, serta kemudahan yang bersih dan lengkap. Beliau memberikan markah 5/5 dan beliau akan datang semula ke kafe yang hebat ini!"

Ada juga yang terlupa mengabadikan memori disini kerana leka dengan hidangan yang lazat. "Seluruh tempat ini memberikan suasana nyaman ala Bali, sangat mesra keluarga dan sesuai untuk kanak-kanak. Jika anda sedang mencari lokasi yang selesa untuk bersantai bersama keluarga atau sekadar ingin berehat sambil menikmati makanan yang sedap, inilah tempat yang patut anda kunjungi! Saya juga langsung tak ambil gambar kerana terlalu khusyuk menikmati hidangan" jelas Arianna, salah seorang pengunjung kafe ini.

Jadi, jika anda singgah ke bandar Johor Bahru dan ingin merasai sendiri pengalaman menikmati hidangan seperti 'Dibawa Ke Syurga' atau 'Putus Terpaksa', maka jangan lepaskan peluang untuk singgah ke Ashhryshoshedap. Anda mungkin datang kerana nama buat pertama kalinya, tetapi anda pasti akan kembali semula kerana rasanya yang sangat istimewa!



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah daripada Google Review dan Facebook Ashhryshoshedap**

2 MINIT RM1 JUTA!

Penulis: Raja Adzrin Raja Ahmad¹ dan Nurul Azlin Azmi²

^{1,2}Fakulti Perakaunan, UiTM Cawangan Johor

Datuk Seri Aliff Syukri Kamarzaman sekali lagi mencetus fenomena dalam dunia perniagaan digital. Beliau berjaya mencatatkan jualan RM1 juta hanya dalam masa 2 minit 32 saat menerusi siaran langsung di *TikTok* semasa pelancaran koleksi *Samma Bag Denim Edition* pada 3 Ogos 2025. Lebih mengagumkan, sepanjang sesi siaran langsung itu beliau berjaya meraih jualan keseluruhan sebanyak RM2.3 juta. Prestasi luar biasa ini mengatasi rekod terdahulu yang dicatat oleh Khairul Aming iaitu RM1 juta dalam 3 minit 28 saat melalui jualan *Sambal Nyet*.

Strategi Aliff Syukri dalam mencapai pencapaian tersebut jelas menunjukkan penguasaan beliau dalam pemasaran digital dan teknik pengoperasian jualan langsung yang efektif. Promosi pra-pelancaran yang penuh misteri dan penggunaan siaran langsung secara interaktif telah berjaya menarik perhatian ramai. Tawaran hadiah menarik seperti emas, pakej umrah, percutian ke Sugeh Resort, dan cabutan bertuah pula telah menggalakkan ribuan penonton untuk menyertai sesi berkenaan. Kesemua elemen ini digabungkan untuk mencipta suasana mendesak (*"urgency"*) dan keterujaan tinggi dalam kalangan pelanggan, menjadikan produk sangat dinantikan pada saat pelancaran.

Menariknya, meskipun Khairul Aming kemudian memecah rekodnya sendiri dengan jualan RM 1.8 juta dalam hanya 1 minit 18 saat menerusi siaran langsung *TikTok* pada malam Jumaat, 8 Ogos 2025, namun pencapaian Aliff tetap menjadi contoh klasik bagaimana kreativiti dalam pemasaran dan operasi boleh meluncur ke tahap luar biasa. Persaingan antara kedua-dua usahawan ternama ini mencerminkan landskap keusahawanan moden di Malaysia yang semakin kompetitif, inovatif dan bertaraf antarabangsa.

Kejayaan ini memberikan pengajaran berharga kepada semua usahawan baik baharu atau yang sedia ada. Ia menekankan pentingnya menggabungkan strategi pemasaran yang mantap dengan pelaksanaan operasi yang cekap. Dengan membina momentum pra-pelancaran, sesebuah perniagaan mampu menarik perhatian awal pelanggan. Apabila strategi ini digabungkan dengan penggunaan platform media sosial secara optimum serta insentif menarik kepada pembeli, jualan luar biasa dapat dicapai dalam tempoh singkat. Kejayaan sebegini turut mencipta kesan viral yang menambah nilai jenama secara besar-besaran. Akhirnya, pendekatan strategik ini membuktikan bahawa kreativiti dan perancangan rapi menjadi kunci kejayaan dalam era digital.



Sumber: mdaily.co

Sumber: Facebook Aliff Syukri Terlajak Laris

*<https://mdaily.co/aliff-syukri-catat-sejarah-raih-rm1-juta-dalam-2-minit-32-saat-di-tiktok-shop/>

SUPERFRUITS VALLEY DAYA TARIK PERLIS

Penulis: Nadiah Mahamad Nasir¹ dan Norulhuda Tajuddin²

¹Fakulti Perniagaan & Komunikasi, Universiti Malaysia Perlis, ²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang, Kampus Raub

Pernahkah anda melancong ke negeri Perlis? Panorama yang cantik dan mempersonakan boleh membuat kita jatuh cinta jika berkunjung ke negeri kecil ini. Sekarang Perlis semakin terkenal sebagai destinasi pelancongan di Malaysia.

Ada pelbagai daya tarikan di sini ditambah dengan harga makanan yang murah. Kerajaan Negeri Perlis dilihat bersungguh-sungguh mengembangkan sektor ini sebagai punca ekonomi bagi rakyat. Sebagai contoh, ramai pengusaha inap desa muncul di mana-mana serta kedai kopi hipster juga ada banyak pilihan.

Namun begitu, ada satu destinasi yang unik yang tidak patut dilepaskan. Di sebalik cuaca panas dan tanah yang

kelihatan gersang di Chuping, Perlis, terdapat sebuah usaha agribisnis yang luar biasa dikenali sebagai *Superfruits Valley* yang diusahakan oleh Fig Direct Sdn. Bhd. Untuk sampai ke ladang ini, pelawat akan melalui satu kawasan yang lapang, bekas tinggalan tanaman tebu satu ketika dulu dengan berlatar belakang bukit kembar yang sangat ikonik.

Di bawah pimpinan Pengarah Urusannya, En. Robin Lim, ladang ini menjadi contoh terbaik tentang bagaimana pertanian moden dapat dijalankan secara mampan serta memberikan pulangan nilai ekonomi yang tinggi. Ladang ini dikenali dengan tanaman buah tin dan pelbagai jenis buah eksotik seperti buah gac dan lemon. Buah-buahan ini bukan sahaja menarik perhatian dari segi visual, malah kaya dengan khasiat kesihatan serta semakin mendapat tempat dalam kalangan pengguna yang mengamalkan gaya hidup sihat.



Gambar 1: Laluan masuk ke *Superfruits Valley*

Menurut En. Robin Lim, penanaman buah tin memerlukan ketekunan dan pemahaman mendalam tentang teknik agronomi tropika. Walaupun kerja ladang sering tidak dilihat sebagai satu kerjaya yang glamor, hasilnya sangat berbaloi jika diuruskan dengan strategi yang betul. Dengan pendekatan pertanian berasaskan teknologi seperti penggunaan rumah hijau dan sistem pengairan terkawal, *Fig Direct Sdn. Bhd.* berjaya mengekalkan kualiti hasil ladang sepanjang tahun.

Menariknya, ladang ini turut membuka ruang kepada pelawat dan pelancong tempatan untuk merasai pengalaman agrikultur secara langsung, menjadikannya sebagai salah satu destinasi agro pelancongan di Perlis. Aktiviti seperti lawatan ladang, taklimat berkaitan penanaman *superfruits*, dan pembelian hasil segar terus dari ladang memberi pengalaman yang unik serta membina kesedaran tentang kepentingan pemakanan sihat dan pertanian lestari.

Kejayaan ini membuka peluang besar kepada generasi muda untuk meneroka bidang agribisnis bukan sahaja sebagai peladang tetapi sebagai usahawan yang mampu menggabungkan inovasi pertanian dengan nilai pelancongan komuniti. Apa yang dilakukan oleh *Superfruits Valley* merupakan satu bentuk transformasi dalam landskap pertanian di Perlis. Usaha ini telah beralih daripada penanaman secara konvensional kepada agribisnis berasaskan *superfruits* yang lebih kompetitif dan berdaya saing.

Inisiatif seperti ini wajar diberi perhatian dan sokongan berterusan kerana bukan sahaja berpotensi menjana ekonomi luar bandar, malah turut memperkukuhkan keselamatan makanan negara secara menyeluruh. Sesungguhnya, lawatan ke Perlis tidak sekadar menjamu mata. Singgahlah ke ladang ini untuk mempelajari pentingnya pertanian dalam keusahawanan.



Encik Robin Lim, Pengarah Urusan Fig Direct Sdn. Bhd.



Hirisan buah tin dan lemon segar

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

KEROPOK PANAS LITTLE BANGI

Penulis: Nurhafizah Ali¹ dan Nor Zaitolakma Abdul Samad²
^{1,2}Akademi Pengajian Bahasa, UiTM Cawangan Terengganu

Keropok merupakan sejenis makanan ringan yang popular di seantero dunia. Ia diperbuat daripada campuran isi ikan, udang atau sotong yang digaul bersama tepung dan perasa, kemudian dijemur dan digoreng sehingga rangup. Ia seringkali dinikmati sebagai makanan ringan (snek), dan dimakan ketika menonton televisyen, berkelah ataupun dalam perjalanan sebagai bekal ketika lapar.

Baru-baru ini, tular di media sosial tentang sebuah perniagaan kecil yang menjual pelbagai jenis keropok yang digoreng panas-panas di kawasan *Little Bangi*, Selangor. Melalui hantaran video yang telah dibuat oleh *KL Foodie* dalam beberapa platform rasmi seperti *Tiktok* dan *Instagram*, keropok goreng panas ini telah mendapat perhatian warga siber yang rata-rata sangat teruja dengan konsep perniagaan keropok yang dijalankan.

Salah satu keunikan gerai ini adalah kerana pilihan produknya yang sangat pelbagai. Ia menyediakan lebih daripada 20 jenis keropok, seperti keropok ikan, udang, sayur, kacang dhal, kentang dan lain-lain. Pelanggan juga bebas memilih mana-mana kombinasi keropok yang mereka inginkan mengikut cita rasa dan selera masing-masing. Menariknya, dengan hanya RM5, pelanggan boleh memilih dua jenis keropok untuk satu set. Ini menjadikan snek ini bukan sahaja sedap dan mengenyangkan, dengan harga mampu milik bagi semua peringkat umur.

Selain itu, kemampuan gerai ini menyesuaikan diri dengan kehendak dan gaya hidup pelanggan yang ada pada hari ini merupakan antara sebab utama ia mendapat sambutan yang sangat luar biasa. Tidak dinafikan, ramai orang suka makan keropok, tetapi tidak ramai yang sanggup menggorengnya sendiri kerana prosesnya dianggap leceh dan memakan masa. Dengan hanya datang ke gerai ini, pelanggan boleh menikmati keropok panas dan rangup tanpa perlu bersusah-payah di dapur.

Bagi memastikan setiap hidangan benar-benar segar dan sentiasa panas, pengusaha hanya akan menggoreng keropok selepas pelanggan siap membuat pesanan. Perkara ini bukan sahaja dapat meningkatkan kualiti makanan, tetapi juga mencipta pengalaman menikmati makanan dengan yang lebih memuaskan. Tambahan pula, setiap jenis keropok akan ditabur dengan perisa tambahan seperti serbuk keju atau sos BBQ bagi menjadikan rasanya lebih sedap dan berbeza dengan produk lain yang ada di pasaran.

Secara keseluruhannya, gerai ini membuktikan bahawa dengan konsep perniagaan yang tepat, walau dengan produk yang ringkas sekalipun, ianya masih lagi mampu menjadi tular dan memperolehi keuntungan yang luar biasa. Malah, ramai pelanggan yang memberikan ulasan positif dan menyatakan sokongan penuh terhadap perusahaan ini. Tidak kurang juga yang berharap agar pengusaha ini membuka lebih banyak cawangan di kawasan-kawasan lain, supaya lebih ramai orang dapat merasai keenakan keropok goreng panas yang dijual di gerai ini.

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



Rujukan

KL Foodie. (2025, July 28). Keropok goreng panas @ Little Bangi. [video].
<https://www.instagram.com/reel/DMnS4bovMxd/>

RASA SEGAR CRAB FARM LANGKAWI

Penulis: Sharir Aizat Kamaruddin

Stesen Penyelidikan Marin (MARES), Fakulti Sains Gunaan, UiTM Cawangan Perlis, Kampus Arau

Para pelancong yang ingin menggunakan perkhidmatan bot dan kayak di Jeti Geotrail Kubang Badak untuk menyusuri sungai di hutan paya bakau Kubang Badak pastinya akan melalui restoran bernama *Crab Farm* Langkawi. *Crab Farm* Langkawi yang terletak di Jalan Teluk Yu, Kampung Kelubi, Langkawi, Kedah merupakan sebuah restoran viral terapung di atas kolam penternakan ketam nipah yang diusahakan secara mapan.

Tempoh perjalanan jika menaiki kenderaan kereta adalah selama 30-40 minit daripada jeti Kuah di mana para pengunjung boleh menyewa pacuan empat roda atau pun menempah perkhidmatan kereta Grab untuk tiba ke sini. Jarak perjalanan daripada bandar Kuah pula dianggarkan kira-kira 30 kilometer, di mana para pengunjung akan menyusuri jalan-jalan berliku yang dipenuhi dengan pohon-pohon hijau dan kawasan perkampungan Melayu Pulau Langkawi.

Restoran *Crab Farm* Langkawi ini dibuka pada setiap hari kecuali pada hari khamis bermula pada jam 12 tengahari sehingga jam 8.00 malam. Para pelanggan yang tiba di sini akan disambut dengan papan tanda restoran dengan lukisan penyepit ketam besar yang sering dijadikan tempat para pelanggan untuk berswafoto sebelum meninggalkan kawasan ini. Bagi memastikan para pelanggan merasai isi-isi ketam nipah yang segar dan berkualiti tinggi, mereka boleh memilih sendiri ketam nipah yang telah diletakkan di dalam akuarium kaca di restoran tersebut.

Dengan keunikan rasa, warna dan tekstur yang menaik, menikmati ketam nipah di Restoran *Crab Farm* Langkawi pastinya memberikan pengalaman baru kepada penggemar makanan laut. Secara tradisional, isi ketam nipah mempunyai banyak khasiat yang penting bagi merawat penyakit demam denggi. Melihat senarai menu makanan yang diberikan oleh pelayan restoran, restoran ini menggabungkan hidangan ketam nipah bersama mi, bihin, maggi, nasi goreng dan masakan Thai bagi memenuhi citarasa pelanggan yang datang.

Antara tarikan lain restoran ini adalah hidangan latok dengan sambal kerisik yang pasti memberikan pengalaman baru buat pencari makanan laut. Latok yang berbentuk seperti buah anggur hijau ini terkandung dengan asid lemak tidak tepu, mineral, vitamin dan sebatian bioaktif yang menyumbang banyak manfaat kepada kesihatan. Suasana restoran yang terbuka pastinya memberikan keselesaan kepada para pelanggan untuk menghirup udara segar dan sambil menikmati tiupan angin sepoi-sepoi bahasa yang bertiup dari arah hutan paya bakau. Jangan lupa untuk berkunjung ke sini dan nikmatilah pengalaman istimewa di Restoran *Crab Farm* Langkawi.



Gambar 1: Penulis (Kanan) bergambar berlatarbelakangkan papan tanda Crab Farm Langkawi bersama warga pentadbir akademik UiTM Cawangan Perlis (Kredit Foto: Sharir Aizat Kamaruddin)



Gambar 2: Mi kuah ketam nipah antara menu istimewa pilihan pelanggan restoran Crab Farm Langkawi (Kredit Foto: Facebook Crab Farm Langkawi)

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

UiTM LAHIRKAN JURUTERA BERJIWA USAHAWAN

Penulis: Norhayati Talib¹ dan Ahmad Zarif Zafri Ahmad Fauzi²

^{1,2}Fakulti Kejuruteraan Kimia, UiTM Shah Alam

Pada 20 Jun 2025, Fakulti Kejuruteraan Kimia (FKK), UiTM Shah Alam terus memperkukuh agenda pembangunan holistik mahasiswa melalui penganjuran *Entrepreneurship Week: "Pathway to Entrepreneur Engineer"*, anjuran *School of Chemical Engineering Student Society (SChESS)*. Program yang berlangsung dari 16 hingga 20 Jun 2025 ini bukan sahaja menjadi platform pemupukan semangat keusahawanan dalam kalangan pelajar kejuruteraan, malah turut membuktikan keupayaan mahasiswa mengemudi program berimpak tinggi bertaraf fakulti.



Acara kemuncak telah diadakan di Bilik Seminar Al-Hidayah, Aras 9, Kompleks Kejuruteraan Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah dan disempurnakan oleh Dr. Mohamed Razeef Abdul Razak, Ketua MASMED Business Unit, UiTM. Turut hadir memberikan sokongan padu ialah barisan kepimpinan fakulti, antaranya Dr. Miradatul Najwa Mat Rodhi (Timbalan Dekan Hal Ehwal Pelajar), Prof. Madya Ir. Dr. Norin Zamiah Kassim (Timbalan Dekan Hal Ehwal Akademik), serta Puan Norhayati Talib, Koordinator MASMED FKK merangkap Penasihat Program yang turut menjadi pemacu utama kejayaan penganjuran ini.

Program ini menampilkan pelbagai pengisian dinamik seperti *Pitching Competition*, *Innovation Showcase*, dan aktiviti jualan langsung pelajar kursus ENT600, selain sesi wacana inspirasi bertajuk "*Kerjaya atau Berniaga?*" bersama Puan Noorsyahmina Ismail dari Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) Negeri Selangor. Kehadiran tokoh industri ini turut memperkukuh nilai tambah dan keterhubungan program dengan realiti pasaran luar. Selain itu, program ini juga telah diserikan dengan penglibatan pelajar antarabangsa daripada Universiti Gajah Mada, Indonesia.

Dengan objektif melahirkan jurutera berjiwa usahawan, program ini telah memberi pendedahan praktikal kepada pelajar tentang pengurusan perniagaan sebenar sama ada dari sudut penciptaan idea, penyediaan prototaip, strategi pemasaran sehinggalah kepada sesi pitching profesional di hadapan juri industri. Jualan produk pelajar yang berlangsung di Foyer Perpustakaan Tun Abdul Razak (PTAR) Kejuruteraan berjaya memperlihatkan kreativiti dan keupayaan pelajar mengaplikasikan ilmu kejuruteraan dalam bentuk komersial.

Dalam ucapan perasmian Dr. Mohamed Razeef menegaskan bahawa program sebegini menjadi teras penting dalam usaha UiTM melahirkan graduan yang bukan sahaja cemerlang secara akademik, malah memiliki ciri-ciri kepimpinan masa hadapan, pemikir strategik dan penggerak ekonomi negara melalui inovasi dan keusahawanan.

Program ini mendapat dukungan padu daripada MASMED, *Institution of Chemical Engineers UiTM Student Chapter (ICHEM-UiTM SC)*, *Society of Petroleum Engineers UiTM Student Chapter (SPE-UiTM SC)*, Majlis Perwakilan Pelajar (MPP) dan Sekretariat Mahasiswa Fakulti Kejuruteraan Kimia (SMFKK). Program ini juga merupakan hasil kolaborasi erat bersama para pensyarah dan koordinator kursus *Technology Entrepreneurship (ENT600)* yang turut memainkan peranan penting sebagai mentor dan juri pertandingan.

Pengarah program, Saudari Nurul Izzah Binti Kamarudin, menyifatkan kejayaan ini sebagai bukti keupayaan mahasiswa UiTM dalam menganjurkan program bertaraf profesional dengan pengurusan yang cekap dan aspirasi. "Kami percaya bahawa program ini bukan sahaja memberi impak jangka pendek, tetapi mampu mencetuskan gelombang perubahan minda dalam kalangan pelajar kejuruteraan agar lebih berani, bijak berniaga, dan bersedia menghadapi cabaran industri masa hadapan," katanya.

Dengan penganjuran cemerlang ini, UiTM Shah Alam sekali lagi menegaskan komitmennya dalam menyokong aspirasi nasional ke arah pembangunan bakat teknokrat dan technopreneur unggul, selaras dengan agenda Ekonomi MADANI dan Revolusi Industri 4.0.

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

GERAI MARKETEERS TARIKAN HARI INDUSTRI

Penulis: Mazlina Ismail¹ dan Nurul Izzah Hasbari²

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

Pada 29 April 2025, UiTM Cawangan Johor telah melakar satu lagi sejarah apabila berjaya menganjurkan program Hari Industri & Majlis Pelancaran Jawatankuasa Johor *Talent Development Council* (JTDC) yang turut digabungkan dengan hari terbuka Fakulti Pengurusan dan Perniagaan (FPDP). Program besar ini menghimpunkan pelbagai aktiviti akademik, kerjaya, keusahawanan dan kolaborasi industri yang berjaya menarik minat pelajar serta pihak luar.

Majlis yang berlangsung di Dewan Sri Temenggong (DST), UiTM Cawangan Johor bermula seawal jam 8.00 pagi ini telah disertai oleh pelajar diploma dan ijazah sarjana muda dari pelbagai program antaranya program AC110, BA272, CDIM110, CDIM261 dan JBA252. Selain sesi industri dan pelancaran JTDC, turut berlangsung Bicara Fakulti & *Talent Talk* dan Bicara Eksklusif bersama *Deputy CEO*. Para pelajar dari semester 3 hingga 5 turut diberi peluang menjalani temuduga terbuka bersama 29 syarikat industri. Ini merupakan satu usaha penting bagi membantu mereka dalam penempatan latihan industri kelak.

Antara sorotan utama yang mencuri perhatian sepanjang hari terbuka Fakulti Pengurusan dan Perniagaan (FPDP) ialah gerai jualan yang diusahakan bersama oleh kelab *Marketeers* dan kelab IMSA. Kelab IMSA membekalkan beberapa menu makanan manakala pelajar ijazah sarjana muda pemasaran iaitu kelab *Marketeers* menguruskan gerai tersebut bersama menu makanan dan minuman pilihan mereka sendiri. Mereka menampilkan konsep keusahawanan sebenar di mana pelajar-pelajar ini membuktikan bahawa mereka bukan sekadar mahir dalam teori, tetapi mampu menerapkan ilmu pemasaran dalam dunia sebenar. Gerai *Marketeers* menawarkan pelbagai menu menyelerakan seperti air balang Soda Herb, Langit Kopi, nasi lemak, sandwich dan roti sosej dengan harga bermula RM1.50 sehingga RM4.00. Apa yang membanggakan lagi, kesemua aspek jualan daripada penyediaan bahan mentah, strategi harga, reka bentuk promosi dan teknik pemasaran dari mulut ke mulut hinggalah kepada perkhidmatan pelanggan dikendalikan sendiri oleh kelab *Marketeers*. Selain gerai *Marketeers*, kelab lain juga turut mengambil bahagian antaranya kelab FISA, PAC, DBS, EKSA dan pelajar Kiar HGD1332B.

Secara keseluruhannya, penganjuran Hari Industri & Majlis Pelancaran Jawatankuasa JTDC yang disepadukan dengan hari terbuka Fakulti Pengurusan dan Perniagaan (FPDP) telah menjadi platform yang sangat bermakna kepada seluruh warga UiTM Cawangan Johor, khususnya pelajar-pelajar dari pelbagai program pengajian. Program ini bukan sahaja menarik perhatian industri luar, malah turut memperlihatkan potensi besar pelajar dalam pelbagai aspek seperti komunikasi profesional, pembinaan rangkaian dan pengurusan acara. Pembukaan gerai-gerai oleh pelajar UiTM Johor turut berperanan sebagai latihan keusahawanan sebenar yang mengasah kreativiti, keyakinan dan daya saing pelajar dalam suasana sebenar. Program seperti ini seharusnya diteruskan dan diperluaskan pada masa akan datang kerana program ini bukan sahaja mendekatkan pelajar dengan dunia sebenar, malah memupuk jati diri profesional, semangat kerjasama dan nilai integriti yang tinggi dalam kalangan mahasiswa. Program ini bukan sekadar acara tahunan, tetapi sebuah titik penting dalam membentuk generasi pemimpin masa hadapan.



****Sumber gambar keseluruhan artikel ini adalah Instagram *Marketeers* UiTMJ.**

KARNIVAL HEP 2025 UiTM CAWANGAN SARAWAK SERLAHKAN POTENSI PELAJAR

Penulis: Hjh Nurnazirah Jamadin
Fakulti Pengurusan & Perniagaan, UiTM Cawangan Sarawak

Karnival Hal Ehwal Pelajar (HEP) 2025 telah berlangsung pada 30 April 2025 yang lalu bertempat di Pusat Pelajar, UiTM Cawangan Sarawak (UiTMCS), Kampus Samarahan. Karnival ini bukan sekadar platform hiburan dan interaksi sosial, malah turut menyuntik nilai keusahawanan, kepimpinan serta kesejahteraan mental dalam kalangan pelajar.

Dengan pelbagai aktiviti menarik seperti Ujian Psikologi, *Art Therapy Corner*, *Stress Free Game*, *Wall of Wishes*, Pameran Agensi Luar, *Open Mic Session*, Persembahan *Busking*, *PlayStation Battle*, dan *Wheel of Fortune*, karnival ini berjaya menarik minat ratusan pengunjung sepanjang hari.

Antara daya tarikan utama ialah penyertaan reruai jualan makanan dan minuman oleh Majlis Perwakilan Pelajar (MPP), UiTMCS yang berpeluang menjalankan aktiviti keusahawanan secara langsung. Pelajar mengambil inisiatif menjual pelbagai jenis pencuci mulut seperti *Bomboloni* dan *Greek donut* pada harga yang sangat berpatutan, sekaligus memberi pengalaman sebenar kepada mereka dalam mengurus perniagaan secara kecil-kecilan. Bagi Nur Fareesha Erfiefa, pelajar Ijazah Sarjana Muda Pengurusan Perniagaan (Perniagaan Antarabangsa) merangkap wakil MPP, penyertaannya dalam aktiviti ini merupakan peluang berharga yang membuka ruang untuk mendalami kemahiran sebenar dalam dunia keusahawanan.

Aktiviti keusahawanan yang dijalankan semasa Karnival Hal Ehwal Pelajar ini bukan sekadar sebuah inisiatif sampingan, tetapi merupakan satu platform pendidikan tidak formal yang amat bernilai. Menerusi pengalaman menjual produk secara langsung, pelajar berpeluang mempraktikkan pelbagai kemahiran penting dalam dunia perniagaan seperti pengurusan inventori, strategi penetapan harga, komunikasi pelanggan, dan kawalan hasil jualan. Penglibatan aktif dalam aktiviti sebegini juga membina keyakinan diri, semangat kepemimpinan, serta kebolehan menyelesaikan masalah secara kreatif.

Pendedahan awal kepada dunia perniagaan memberi pelajar kelebihan untuk memahami realiti alam pekerjaan sebenar dan bidang keusahawanan secara keseluruhan. Ilmu perniagaan bukan sahaja relevan bagi mereka yang ingin menjadi usahawan, malah penting dalam apa jua bidang kerjaya. Kefahaman terhadap operasi perniagaan membolehkan pelajar menjadi individu yang lebih berdaya saing, berpikiran strategik, dan mampu menyumbang secara efektif kepada pembangunan ekonomi negara. Justeru, usaha seperti ini wajar diteruskan sebagai sebahagian daripada pendekatan holistik dalam pembangunan sahsiah dan kebolehan pelajar universiti.



Gambar oleh wakil Majlis Perwakilan Pelajar (MPP) ketika mengendalikan kaunter perniagaan mereka sempena Karnival HEP 2025.

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

SCIENCE X-SIS CIPTA GELOMBANG NIAGA MAHASISWA MELALUI RERUAI KEUSAHAWANAN

Penulis: Sharir Aizat Kamaruddin
Stesen Penyelidikan Marin (MARES), Fakulti Sains Gunaan, UiTM Cawangan Perlis

Di sebalik kesibukan akademik, sekumpulan mahasiswa dari Persatuan *Science X-SIS*, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Perlis, tampil mencuri perhatian apabila terlibat aktif dalam penganjuran reruai keusahawanan sempena Program *VERBEST* 2025 yang berlangsung pada 12 dan 13 April 2025. Menjadikan keusahawanan sebagai medium untuk menjana pendapatan dan mengasah kemahiran sebenar dalam dunia perniagaan, penglibatan ahli persatuan ini membuktikan bahawa minat terhadap bidang sains tidak menghalang pelajar untuk berjaya dalam lapangan niaga.

Reruai jualan anjuran Persatuan *Science X-SIS* mengetengahkan pelbagai produk manisan seperti roti beraneka jenis, brownies dan pastri yang dihias menarik dengan hasil kerja tangan dan kreativiti ahli persatuan sendiri. Selain produk makanan, mereka turut menawarkan lencana berkonsepkan kartun yang direka khas bagi menarik minat pelajar dan pengunjung muda. Pendekatan ini bukan sahaja menunjukkan daya cipta mereka dalam menghasilkan produk unik, tetapi juga kebolehan dalam mengenal pasti keperluan pasaran sasaran.

Apa yang menjadikan penyertaan mereka istimewa ialah kesungguhan dalam merancang strategi pemasaran, menyusun tugas pasukan, menguruskan kewangan dan berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Dalam tempoh dua hari program, ahli-ahli Persatuan *Science X-SIS* diberi tanggungjawab sebenar seperti pengusaha perniagaan, dari urusan jual beli hinggalah ke pengiraan untung rugi. Ia satu pengalaman langsung yang sangat berharga, jauh lebih praktikal daripada sekadar teori di dalam kelas.

Bagi mereka, penyertaan ini bukan hanya sekadar mencari keuntungan, tetapi sebagai latihan keusahawanan yang menyeluruh. Mereka belajar tentang pentingnya disiplin dalam mengurus masa, kecekapan bekerja dalam kumpulan, dan bagaimana membina keyakinan diri ketika berurusan dengan orang ramai. Tidak hairanlah apabila Reruai Persatuan *Science X-SIS* menjadi antara yang paling mendapat sambutan sepanjang acara berlangsung.

Lebih menarik, keuntungan yang diperolehi digunakan untuk menyokong aktiviti persatuan dan memperkasa lagi agenda pembangunan pelajar dalam bidang sains. Dalam erti kata lain, usaha ini menjadikan keusahawanan sebagai pemangkin kepada pembinaan budaya kerja yang lebih seimbang dan proaktif dalam kalangan pelajar sains.

Ramai pengunjung dan rakan fakulti menyuarakan penghargaan terhadap komitmen serta inisiatif ahli ini. Malah ada yang mencadangkan agar penyertaan mereka dijadikan inspirasi kepada persatuan lain yang ingin menjadikan keusahawanan sebagai salah satu tonggak aktiviti pelajar.

Secara keseluruhan, Persatuan *Science X-SIS* telah membuktikan bahawa keusahawanan bukanlah bidang eksklusif untuk pelajar perniagaan semata-mata. Dengan minat, kerjasama dan semangat ingin mencuba, pelajar sains juga mampu mencipta nama dan menimba pengalaman berharga sebagai usahawan muda kampus. Ini adalah langkah awal yang besar ke arah melahirkan graduan holistik menepati insan berilmu, berkemahiran dan bersedia menjadi pencetus perubahan di masa depan.



Gambar 1: Para penyarah singgah ke reruai Persatuan *Science X-SIS* sempena *VERBEST* 2025



Gambar 2: Reruai Persatuan *Science X-SIS* menyajikan pelbagai manisan tradisional

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

IMSA NIAGA MEMBENTUK JIWA KEUSAHAWANAN

Penulis: Syamsyul Samsudin¹ dan Nik Nur Shafika Mustafa²

^{1,2}Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Johor Cawangan Johor Kampus Segamat

Matlamat Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) adalah mengubah naluri pelajar Institut Pengajian Tinggi (IPT) dari mencari kerja kepada mencipta pekerjaan sendiri seiring revolusi Lonjakan 1 dalam Pelan Pembangunan Pendidikan Tinggi Malaysia (PPPM-PT) 2015-2025 yang menekankan penghasilan graduan yang bukan sekadar holistik, tetapi memiliki jiwa keusahawanan dan seimbang dari segi nilai akhlak serta kemahiran profesional. Universiti perlu di inspirasi untuk menghasilkan pelajar yang melihat keusahawanan sebagai kerjaya utama (*job creator*) dan membudayakan “*mindset* keusahawanan berasaskan peluang” daripada keperluan semata-mata.

KPT menyasarkan sebanyak 17 peratus pelajar IPT aktif menjalankan perniagaan semasa pengajian dan 10 peratus graduan IPT cemerlang meneruskan kerjaya dalam bidang keusahawanan selepas tamat pengajian.

Mendokong hasrat ini, Persatuan *Investment Management Student Association* (IMSA) mewujudkan sayap keusahawanan persatuan ini dengan branding “IMSA Niaga”. IMSA Niaga menjalankan pelbagai aktiviti keusahawanan dan perniagaan dalam kampus UiTM Cawangan Johor seperti terlibat dalam karnival keusahawanan, penjualan baju, penjualan lanyard dan jualan di *Biz Box* Keusahawanan. IMSA Niaga ditadbir sepenuhnya oleh kepimpinan exco IMSA sahaja dan bukannya ahli persatuan.

IMSA Niaga ditubuhkan dengan misi “membangunkan pemimpin masa depan dengan kemahiran praktikal kewangan dan perniagaan”. Selain itu, IMSA Niaga adalah sayap persatuan untuk menjana pendapatan sendiri bagi mengurangkan kebergantungan kepada peruntukan universiti. Selain itu, IMSA Niaga juga ditubuhkan untuk menjadi salah satu platform bagi menghasilkan graduan yang bukan semata-mata menjalankan perniagaan jangka pendek dalam kampus tetapi melahirkan graduan yang berdaya saing, berfikiran global dan mampu mencipta pekerjaan kepada diri sendiri dan orang lain.



Gambar : Logo Branding IMSA Niaga

Melalui IMSA Niaga, exco-exco IMSA belajar menjadualkan waktu kuliah dan menguruskan IMSA Niaga terutamanya menguruskan Biz Box Keusahawanan yang beroperasi setiap hari. Selain itu, exco IMSA perlu merekod stok harian masuk dan keluar, menjejak jualan dan mengurus kewangan IMSA Niaga. Kemahiran seperti ini membuatkan exco IMSA belajar membina pasukan, membuat keputusan dengan cepat dan bertanggungjawab ke atas risiko. Semua perkara ini memupuk ciri-ciri kepimpinan seperti komunikasi efektif dan etika kerja yang tinggi.

IMSA Niaga menggunakan media sosial seperti Instagram dan *TikTok* secara meluas bagi tujuan pemasaran. Walaupun persaingan perniagaan di kampus tinggi, kebijaksanaan kelab ini menggunakan strategi digital telah membolehkan IMSA Niaga mampu bertahan dan mencatat keuntungan yang baik setiap semester.

Penglibatan dalam aktiviti keusahawanan di IPT bukan sahaja memenuhi KPI KPT menjelang 2025, tetapi merupakan platform ‘*real-lab*’ bagi membentuk kepimpinan generasi muda yang dikehendaki negara. Pelajar belajar memimpin diri dan orang lain melalui tindakan bukan hanya teori semata-mata. Dengan sasaran 17 peratus pelajar dan 10 peratus graduan yang komited terhadap keusahawanan, IMSA Niaga akan terus membudayakan semangat kepimpinan yang berimpak tinggi melalui aktiviti keusahawanan dan perniagaan.

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

Nama Program: Anda Bijak Urus Duit? AKPK Ada Jawapannya!

Tarikh: 18 Jun 2025

Tempat: PTDI

Ulasan: Program Anjuran Unit Keusahawanan (MASMED) bersama Kelab DiMAG UiTM Cawangan Johor. Penyertaan seramai 80 pelajar dari UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat.



Nama Program: Bengkel TikTok Mastery: From Basics To Advance Success!

Tarikh: 26 Jun 2025

Tempat: PTDI

Ulasan: Program Anjuran Unit Keusahawanan (MASMED) bersama Kelab DiMAG UiTM Cawangan Johor. Bengkel ini dihadiri oleh 50 peserta yang terdiri daripada pelajar Ijazah Pemasaran Digital, staf UiTM Cawangan Johor dan pihak komuniti dari PUSPANITA Cawangan Segamat.

Nama Program: Sesi Kunjungan Hormat ke Akademi Pembangunan PKS dan Keusahawanan Malaysia (MASMED), UiTM Shah Alam

Tarikh: 1 Julai 2025

Tempat: MASMED Shah Alam

Ulasan: Kunjungan hormat yang diketuai oleh Rektor UiTM Cawangan Johor, Prof. Madya Dr. Saunah Zainon bagi membentangkan usul pembangunan koridor keusahawanan di Kampus Segamat.



Nama Program: Lawatan Ke Koridor Keusahawanan MASMED dan Sesi Libat Urus Penolong Naib Canselor (Keusahawanan) Bersama Pengurusan UiTM Cawangan Johor

Tarikh: 8 Julai 2025

Tempat: Bilik Mesyuarat Utama, UiTM Cawangan Johor

Ulasan: Sesi libat urus yang berbentuk dua hala yang melibatkan pihak pengurusan UiTM Cawangan Johor dan MASMED Shah Alam bagi membincangkan hala tuju dan strategi memperkukuh ekosistem keusahawanan di dalam kampus.



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Akademi
Pembangunan PKS dan
Keusahawanan Malaysia
(MASMED)

ISSN 2682-7824



PARADIGMA JOHOR 2025
MASMED UITM CAWANGAN JOHOR