

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 UTM 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



REKA BENTUK DAN GRAFIK

Nurul Amin Norudin



EDITOR

Keusahawanan dan Kepimpinan
Siti Nordiyana Isahak



EDITOR

Viral oh Viral
Rosnani Mohd Salleh



TUGAS-TUGAS KHAS

Sarina Kudin

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

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, lahirah 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**