

# PARADIGMA JOHOR

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development

Edisi  
**13**  
JAN-MEI 2025



UNIVERSITI  
TEKNOLOGI  
MARA

Akademi  
Pembangunan PKS dan  
Keusahawanan Malaysia  
(MASMED)



PERTANDINGAN THE 2nd MEIE 2025  
MENCUNGKIL BAKAT INOVASI PELAJAR



GLAM & GLOW, DUIT PUN FLOW

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  
Siti Nur-Ilia 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 ketiga 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.



Kita kini berada dalam satu era yang mencabar, di mana transformasi digital bukan lagi suatu pilihan bahkan suatu keperluan. Bidang keusahawanan digital menawarkan peluang yang tidak terbatas kepada generasi muda untuk mencorak masa depan dengan sokongan teknologi semasa. Situasi ini dilihat satu peluang yang baik bagi generasi kini tumbuh menjadi seorang usahawan yang mampu mencipta peluang pekerjaan sekaligus menyumbang kepada aliran pusingan ekonomi domestik.

UiTM sebagai sebuah institusi pendidikan terulung, bertanggungjawab menyediakan pelajar dengan kemahiran abad ke-21, yang bukan sahaja tertumpu kepada pengetahuan teori, tetapi juga kemahiran digital (*digital skills*), kreativiti keusahawanan (*entrepreneurial creativity*), ketangkasan inovasi (*innovation agility*) dan pemikiran strategik digital (*strategic digital thinking*).

Saya amat berbangga dengan penerbitan edisi kali ini. Sesungguhnya ia menjadi bukti bahawa UiTM Cawangan Johor sentiasa mendokong hasrat negara untuk membangunkan generasi usahawan digital yang berdaya saing, inovatif dan berakhlak mulia. Akhir kata, saya menyeru kepada semua warga UiTM untuk sentiasa mengasah potensi diri, menguasai teknologi baharu dan menjadi peneraju kepada ekonomi masa hadapan. Bersama-sama kita cipta legasi bukan hanya untuk UiTM tetapi untuk negara yang tercinta.

Sekian, wabillahi taufiq walhidayah. Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

**PROF MADYA DR SAUNAH ZAINON**

**Menjalankan Fungsi Rektor**

**Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor**

## CABARAN DAN TRANSFORMASI PERUNCITAN LUAR TALIAN DALAM ERA DIGITAL DI MALAYSIA

**Penulis:** Norlina M. Ali<sup>1</sup>, Siti Farrah Shahwir<sup>2</sup> dan Haslenda Yusop<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, <sup>3</sup>Kolej Pengajian Pengkomputeran, Informatik, dan Matematik,  
UiTM Cawangan Johor, Kampus Segamat

Dalam era transformasi digital yang semakin berkembang, sektor peruncitan luar talian di Malaysia terus memainkan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi negara. Walaupun e-dagang berkembang pesat di peringkat global, sebahagian besar pengguna masih cenderung membeli-belah di kedai fizikal, terutamanya bagi kategori produk tertentu. Namun perubahan ini memberi cabaran besar kepada peniaga yang ingin kekal kompetitif dan relevan dalam pasaran yang semakin dinamik. Sektor peruncitan luar talian, atau lebih dikenali sebagai peruncitan 'offline', kini berdepan pelbagai cabaran yang mengancam daya tahan serta daya saing peniaga dalam era digitalisasi. Walaupun masih terdapat permintaan terhadap kedai fizikal, namun perkembangan pesat dalam landskap peruncitan menuntut peniaga untuk terus menyesuaikan diri dengan arus digitalisasi bagi memastikan kelangsungan perniagaan mereka. Antara cabaran utama yang dihadapi termasuk persaingan sengit daripada platform e-dagang, perubahan tingkah laku pengguna dan ketidakpastian ekonomi.

Persaingan sengit daripada platform e-dagang seperti *Shopee*, *Lazada*, dan *TikTok Shop* merupakan cabaran utama bagi peniaga luar talian. Platform ini menawarkan pengalaman membeli-belah yang lebih menarik kepada pengguna dengan harga yang lebih rendah, jualan kilat (*flash sales*), serta cadangan produk yang diperibadikan. Selain itu, peningkatan penggunaan aplikasi membeli-belah melalui telefon pintar menjadikan pengalaman membeli dalam talian lebih lancar dan mudah diakses, sekali gus mengurangkan kebergantungan pengguna terhadap kedai fizikal. Di samping itu, integrasi analitik data dalam platform e-dagang memberikan pengalaman membeli-belah yang lebih diperibadikan, menjadikan pengguna semakin cenderung untuk berbelanja dalam talian. Situasi ini menyebabkan ramai peniaga luar talian berdepan dengan pesaing baru, khususnya perusahaan kecil dan sederhana (PKS) yang mempunyai keterbatasan dari segi sumber kewangan dan teknologi untuk mendigitalkan perniagaan mereka. Manakala dalam konteks perubahan tingkah laku pengguna, generasi milenial dan generasi Z semakin mengutamakan pengalaman membeli-belah yang interaktif dengan gabungan kelebihan kedai fizikal dan teknologi digital. Mereka bukan sahaja mencari kemudahan membeli-belah, tetapi juga pengalaman yang diperibadikan serta interaksi yang lebih menarik dengan jenama kegemaran mereka. Fenomena perdagangan sosial (*social commerce*), khususnya menerusi platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, dan *TikTok*, telah mengubah corak pembelian pengguna serta cara mereka membuat keputusan dalam transaksi atas talian. Pada masa kini, semakin ramai peniaga PKS telah beralih kepada perniagaan dalam talian, menunjukkan bahawa mereka semakin sedar akan kepentingan digitalisasi dalam memperkukuh daya saing perniagaan mereka. Bagi kekal kompetitif dan relevan, peniaga perlu menerapkan konsep membeli-belah secara omnichannel dengan mengintegrasikan dunia digital dan fizikal secara harmoni. Pengguna masa kini mengharapkan pelbagai pilihan, termasuk perkhidmatan ambil-dan-bayar (*click-and-collect*), teknologi realiti tambahan (AR) untuk mencuba produk secara maya, serta sistem ganjaran yang dipautkan kepada e-dompet bagi meningkatkan kelancaran, keselesaan, dan kecekapan pengalaman membeli-belah.

Cabaran seterusnya adalah dari aspek ketidakseimbangan ekonomi. Sektor peruncitan di Malaysia mudah terdedah kepada kemelesetan ekonomi dan tekanan inflasi yang berpanjangan. Ketidakpastian ekonomi, termasuk turun naik nilai ringgit Malaysia, kenaikan kadar faedah, serta perubahan dalam dasar subsidi kerajaan, memberi impak yang signifikan terhadap kuasa beli pengguna. Apabila inflasi meningkat, pengguna menjadi lebih sensitif terhadap harga dan cenderung mengurangkan perbelanjaan untuk barangan bukan keperluan. Keadaan ini menyebabkan jualan dalam kategori seperti fesyen, elektronik, dan barangan mewah merosot. Pemulihan ekonomi pasca pandemik masih tidak seimbang, ramai peniaga bergelut untuk mencapai semula tahap jualan sebelum pandemik. Selain itu, penstrukturan semula subsidi yang diumumkan oleh kerajaan Malaysia baru-baru ini, termasuk pengurangan subsidi bahan api dan peningkatan kadar cukai, dijangka memberi kesan kepada pendapatan boleh guna rakyat. Perkara ini berpotensi menyumbang kepada pengurangan perbelanjaan dalam sektor peruncitan. Oleh itu, peniaga harus bijak merancang strategi untuk mengatasi cabaran ekonomi ini dengan menawarkan harga promosi yang menarik bagi menarik minat pengguna yang semakin berhati-hati dalam berbelanja seharian. Kesimpulannya, walaupun peruncitan luar talian di Malaysia berdepan pelbagai cabaran, ia masih berpotensi memberi kesan positif dalam jangka panjang. Dengan sokongan berterusan kerajaan melalui geran digitalisasi, latihan keusahawanan, dan program transformasi digital, peniaga dapat mengadaptasi teknologi, meningkatkan daya saing, serta menawarkan pengalaman membeli-belah yang lebih bernilai. Usaha ini bukan sahaja memberi manfaat kepada pengguna tetapi ia juga mampu memperkukuh ekosistem peruncitan dan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara pada masa hadapan.