

PARADIGMA JOHOR

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development

Edisi
12
JUL-OKT 2024



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Akademi
Pembangunan PKS dan
Keusahawanan Malaysia
(MASMED)



MS
7

EKONOMI DIGITAL LESTARI PEMBANGUNAN NEGARA

ISSN 2682-7824



MS
26

FENOMENA VIRAL: KEJAYAAN PUTU BAMBU JURIAH

Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor © 2024

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

Dr. Faridah Najuna Misman
Timbalan Rektor Penyelidikan, Jaringan Industri & Alumni



SETIAUSAHA

Aidarohani Samsudin



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 TREKBPJ&A
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

Jom Makan Dan Jalan
Siti Nordiyana Isahak



EDITOR

Viral oh Viral
Rusnani Mohamad Khalid



TUGAS-TUGAS KHAS

Norahizah Idros Sheik Muhammad Fareis Mohd Nazri



ISI KANDUNGAN

ii

Sidang
Redaksi

iii

Bila
Rektor
Berbicara

iv

Kata Aluan
Timbalan
Rektor PJJ&A

v

Nota
MASMED

1

MASMED
Sana Sini

5

Dari Kedai
Kopi Ke Bursa
Malaysia

11

Dan
Kenangan
Bermula...

16

Inspirasi
dan Motivasi
Keusahawanan

21

Jom Makan
Dan Jalan

26

Viral
Oh Viral

31

Berita
Bergambar



BILA REKTOR BERBICARA

Assalamualaikum WBT dan Salam Sejahtera.

Segala pujian bagi Allah Yang Maha Esa. Alhamdulillah, saya bersyukur kerana diberikan sedikit ruang untuk memberikan sepatah dua kata dalam Majalah Paradigma Johor edisi kedua belas. Sekalung tahniah dan syabas kepada sidang redaksi Majalah Paradigma Johor di bawah Unit Keusahawanan MASMED, Bahagian Penyelidikan dan Jaringan Industri, UiTM Cawangan Johor di atas penerbitan edisi kedua belas. Berdasarkan pemerhatian saya, majalah ini semakin berkembang baik dan terbukti apabila dalam tempoh 6 tahun, 12 penerbitan berjaya dihasilkan. Usaha ini wajar mendapat pengiktirafan kerana majalah ini memberikan tumpuan yang komprehensif terhadap aspek keusahawanan, pembangunan perniagaan, dan program pembinaan sendiri pelajar. Inisiatif ini bukan sahaja dilaksanakan di UiTM Cawangan Johor, tetapi juga melibatkan kampus-kampus di seluruh sistem UiTM. Pendekatan menyeluruh ini mencerminkan komitmen UiTM dalam membentuk pelajar yang berdaya saing dan berkemahiran tinggi dalam bidang keusahawanan.



Perubahan teknologi yang pesat dalam era digital masa kini serta peningkatan persaingan ekonomi global memerlukan perancangan yang lebih strategik dan inovatif untuk mengharungi cabaran-cabaran ini. Oleh itu, pelajar perlu bersedia untuk menghadapi cabaran dunia pekerjaan sebenar yang sentiasa berubah mengikut situasi semasa. Sebagai persediaan menghadapi dunia pekerjaan yang semakin mencabar, pelajar bukan sahaja perlu menguasai ilmu yang disampaikan di bilik kuliah, tetapi juga perlu dilengkapi dengan kemahiran-kemahiran tambahan seperti ilmu keusahawanan. Dalam usaha memberi pendedahan berkaitan bidang keusahawanan, UiTM Cawangan Johor telah melaksanakan pelbagai inisiatif, termasuk penganjuran kursus dan program keusahawanan di peringkat diploma dan ijazah. Salah satu usaha utama yang diterajui oleh UiTM adalah penubuhan *Malaysian Academy of SME & Entrepreneurship Development* (MASMED). MASMED memainkan peranan penting dalam melahirkan pelajar yang profesional, berdaya saing, holistik, seimbang, dan mempunyai minda keusahawanan. Pelajar yang dilatih melalui program-program yang disediakan oleh MASMED bukan sahaja berupaya untuk memulakan perniagaan sendiri, tetapi juga dapat bertindak sebagai penjana pekerjaan bagi orang lain. Antara program yang dijalankan di bawah MASMED termasuklah Program Tunas Mekar, Program Latihan Keusahawanan Mahasiswa (PLKM), Enterprise Usahawan Muda (EGM), MASMED-UiTM *Social Entrepreneur* (MUSE) dan sebagainya. Dengan inisiatif-inisiatif ini, UiTM berusaha untuk memastikan pelajar bukan sahaja cemerlang dalam akademik tetapi juga mempunyai kemahiran praktikal yang diperlukan untuk berjaya dalam bidang keusahawanan. Inisiatif seperti ini adalah penting untuk membentuk graduan yang lebih holistik dan bersedia untuk menghadapi cabaran masa depan.

Masyarakat Malaysia wajar dibentuk, diterapkan dan ditransformasikan dengan pemikiran yang berasaskan keusahawanan demi menjadikan negara yang unggul menjelang tahun 2030. Di samping itu, terdapat banyak pihak yang telah memberikan sumbangan, masa, ilmu dan tenaga. Komitmen dan sumbangan ini adalah berteraskan matlamat yang sama iaitu memastikan penyampaian ilmu kepada semua tanpa mengenal usia. Penerbitan majalah Paradigma Johor adalah seiring dalam memberi inspirasi bukan sahaja kepada pelajar malah kepada seluruh warga UiTM secara tidak langsung untuk menzahirkan aktiviti keusahawanan. Hal ini secara tidak langsung telah membuktikan kewujudan visibility UiTM Cawangan Johor dan MASMED dalam memberi impak yang positif kepada masyarakat dan seluruh sistem UiTM melalui aktiviti penulisan berunsurkan keusahawanan.

Dengan tulus ikhlas, saya mendoakan agar segala usaha yang dilakukan ini diberkati Allah SWT. Semoga sumbangan ini dapat melahirkan ramai pelajar yang berketerampilan dari sudut ilmunya seiring dengan kemampuan untuk menjana pekerjaan. Saya juga berharap agar kita semua diberikan kekuatan untuk melaksanakan tanggungjawab dalam meneruskan tradisi dan pengiktirafan yang telah diberikan kepada UiTM sebagai Universiti Keusahawanan dengan penuh komitmen, semangat dan ikhlas.

Sekian, Wassalam

PROF MADYA DR SAUNAH ZAINON
Rektor
Universiti Teknologi MARA Cawangan Johor

DAYA TARIKAN KEDAI KOREA: FENOMENA BARU DI MALAYSIA

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Penulis: Amminudin Ab Latif¹

¹Pengajian Kejuruteraan Awam, UiTM Cawangan Pahang

Fenomena tular kedai-kedai Korea di Malaysia dalam beberapa tahun kebelakangan ini muncul ibarat cendawan selepas hujan. Kewujudan ini tidak hanya terbatas kepada restoran makanan Korea, tetapi juga merangkumi kedai runcit, kedai kosmetik dan kedai fesyen. Beberapa faktor utama telah menyumbang kepada populariti mendadak, termasuk pengaruh budaya popular Korea (K-Pop), kualiti produk yang ditawarkan, serta strategi pemasaran yang efektif.

Pengaruh budaya popular Korea atau lebih dikenali sebagai Hallyu (Gelombang Korea) telah memainkan peranan besar dalam memperkenalkan dan menyemarakkan minat rakyat Malaysia terhadap produk Korea. Drama Korea, filem, dan muzik K-Pop sering memaparkan budaya makanan, fesyen, dan gaya hidup Korea, memberi kesan besar kepada pengguna. Penonton yang tertarik dengan apa yang mereka lihat di skrin kemudian mencari pengalaman serupa dalam kehidupan sebenar. Restoran yang menyajikan hidangan seperti kimchi, bulgogi, dan bibimbap menjadi destinasi pilihan bagi mereka yang ingin merasai makanan yang biasa dilihat dalam drama.

Kualiti produk Korea yang diimport ke Malaysia juga menjadi faktor penarik utama. Produk Korea dikenali dengan inovasi dan keberkesanannya di dalam sektor kosmetik dan penjagaan kulit seperti Innisfree, Etude House, dan Laneige yang menawarkan pelbagai pilihan produk. Produk ini bukan sahaja diiktiraf di peringkat antarabangsa tetapi juga sering kali disyorkan oleh selebriti dan pempengaruh yang meningkatkan lagi daya tarikan mereka.

Selain itu, kedai runcit atau serbaneka Korea seperti *K-Mart*, *Family Mart*, *EMart24* dan *CU Mart* menawarkan pelbagai produk makanan dan minuman yang unik dan menarik. Makanan ringan seperti ramen segera, *tteokbokki* (kek beras pedas), dan pelbagai jenis snek menjadi kegemaran ramai. Minuman seperti soju dan susu pisang juga semakin popular. Keunikan dan kualiti produk ini memberi pengalaman yang berbeza kepada pengguna Malaysia, menjadikan mereka tertarik untuk mencuba dan seterusnya mengulangi pembelian.

Strategi pemasaran yang efektif juga memainkan peranan penting dalam kejayaan kedai-kedai Korea di Malaysia. Pemasaran yang memanfaatkan media sosial dan platform digital telah berjaya menarik perhatian golongan muda. Promosi melalui Instagram, Facebook, dan TikTok dengan penggunaan gambar yang menarik dan video kreatif mampu menarik minat pengguna untuk mengunjungi kedai-kedai tersebut. Pempengaruh dan selebriti media sosial yang sering kali berkongsi pengalaman mereka di kedai-kedai Korea turut membantu dalam memperluas jangkauan pasaran.

Kedai fesyen Korea juga tidak ketinggalan dalam menarik perhatian rakyat Malaysia. Gaya fesyen Korea yang dikenali dengan kesederhanaan tetapi tetap bergaya telah menjadi ikutan ramai. Kedai-kedai seperti SPAO dan MIXXO menawarkan pelbagai pakaian yang sesuai dengan citarasa dan gaya hidup moden.

Pengaruh kedai Korea ini turut merangsang ekonomi tempatan dengan membuka peluang pekerjaan dan perniagaan kepada rakyat tempatan. Pekerja tempatan yang diambil bekerja mendapat pendedahan kepada budaya kerja dan perkhidmatan yang berbeza, sekaligus meningkatkan kemahiran dan pengalaman mereka. Pembukaan kedai ini juga membantu dalam menggalakkan persaingan sihat di kalangan perniagaan tempatan, yang akhirnya memberi manfaat kepada pengguna dengan pelbagai pilihan produk dan perkhidmatan yang berkualiti. Namun, cabaran utama oleh kedai-kedai Korea ini seperti persaingan dengan perniagaan tempatan dan antarabangsa yang menawarkan produk serupa serta memastikan ia kekal relevan di kalangan pelanggan di Malaysia.

Kesimpulannya, fenomena kedai-kedai Korea yang tular di Malaysia menunjukkan betapa kuatnya pengaruh budaya dan kualiti produk dalam menarik minat pengguna. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan penekanan kepada kualiti, kedai ini bukan sahaja berjaya menarik perhatian tetapi juga mendapat tempat istimewa di hati pengguna Malaysia. Fenomena ini juga seharusnya menjadi pemangkin kepada usahawan tempatan untuk terus mengembangkan jenama mereka ke peringkat global. Ini bukan sahaja memberi manfaat ekonomi tetapi juga dapat memperkenalkan produk tempatan serta budaya kita di peringkat antarabangsa.



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