

PARADIGMA JOHOR

Malaysian Academy of SME and Entrepreneurship Development

Edisi
11
JAN-JUN 2024



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Akademi
Pembangunan PKS dan
Keusahawanan Malaysia
(MASMED)



MS 17
KENAIKAN HARGA BARANG MENJADI CABARAN KEPADA
PENIAGA - PENIAGA KECIL

ISSN 2682-7824

9 772682 782000



MS 25
WARUNG OYSTER PAK NDAK MUARA

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
Rusnani Mohamad Khalid



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



KETUA EDITOR
Prof. Madya Dr. Raja Adzrin Raja Ahmad



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 melakar sepatah dua kata dalam Majalah Paradigma Johor Edisi Kesebelas. 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 kesebelas. Berdasarkan pemerhatian saya, majalah ini semakin berkembang baik dan terbukti apabila dalam tempoh 6 tahun, 11 penerbitan berjaya dihasilkan. Usaha ini harus mendapat pujian kerana majalah ini memfokuskan secara menyeluruh berkaitan keusahawanan, pembangunan perniagaan dan program pembinaan membentuk sendiri pelajar yang dilaksanakan bukan sahaja di UiTM Cawangan Johor, malah turut melibatkan kampus-kampus dari cawangan seluruh sistem UiTM.



Perubahan teknologi yang drastik dalam era digital pada masa kini serta peningkatan persaingan ekonomi global memerlukan perancangan yang lebih strategik dan berinovasi bagi mengharungi cabaran ini. Oleh itu, pelajar perlu bersedia dalam menempuh cabaran dunia pekerjaan sebenar yang berubah mengikut situasi semasa. Sebagai persediaan, di samping ilmu yang disampaikan di bilik kuliah, pelajar juga perlu dilengkapi dengan kemahiran-kemahiran lain antaranya ilmu keusahawanan. Pelbagai inisiatif dilaksanakan di UiTM Cawangan Johor dalam memberi pendedahan berkaitan bidang keusahawanan, antaranya melalui penganjuran pelbagai kursus dan program di peringkat Diploma mahupun Ijazah. Seterusnya, usaha yang diterajui oleh UiTM seperti penubuhan *Malaysian Academy of SME & Entrepreneurship Development* (MASMED) dapat melahirkan pelajar yang profesional, berdaya saing, holistik, seimbang dan mempunyai minda keusahawanan yang berupaya bertindak sebagai penjana pekerjaan melalui Program Tunas Mekar, Program Latihan Keusahawanan Mahasiswa (PLKM), Enterprise Usahawan Muda (EGM), MASMED-UiTM *Social Entrepreneur* (MUSE) dan sebagainya.

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

memberi notis perbicaraan, menyediakan kes dan menjalankan perbicaraan siasatan dalaman pada hari yang telah ditetapkan. Jika keputusan siasatan dalaman berjaya membuktikan wujud salah laku baharulah majikan boleh memutuskan untuk menamatkan perkhidmatan pekerja atau sebaliknya.

Sekiranya pekerja dipecat tanpa majikan menjalankan siasatan dalaman dengan prosiding yang betul ataupun pekerja merasakan pemecatannya tidak adil dan munasabah, pekerja boleh memfailkan representasi secara bertulis untuk dipulihkan semula ke jawatan asalnya. Pekerja yang ingin memfailkan representasi hendaklah berbuat demikian dalam tempoh 60 hari dari tarikh pemecatan atau semasa dalam tempoh notis pemecatan mengikut Seksyen 20 Akta Perhubungan Perusahaan 1967. Jabatan Perhubungan Perusahaan (JPP) yang menerima representasi akan mengadakan rundingan damai 'conciliation'. Sekiranya rundingan berjaya membawa kepada persetujuan penyelesaian antara pihak majikan dan pekerja, pekerja yang dipecat mungkin mendapat semula pekerjaannya atau mungkin dibayar pampasan oleh majikan. Bagi rundingan yang gagal diselesaikan, ia akan diproses selanjutnya oleh JPP sebelum dirujuk ke Mahkamah Perusahaan.

Proses perbicaraan di Mahkamah Perusahaan sama seperti prosedur kes sivil di mana pihak yang menuntut (PYM) dibenarkan untuk melantik peguam. Pada akhir perbicaraan, sekiranya mahkamah memutuskan PYM telah dibuang kerja dengan alasan yang adil dan sebab yang sah maka mahkamah akan menolak tuntutan tersebut. Jika sebaliknya, remedi perlu diberikan kepada PYM. Sekiranya mahkamah berpendapat pemulihan semula jawatan asal tidak bersesuaian demi menjaga keharmonian syarikat kerana majikan dan PYM sudah mempunyai perhubungan yang tidak baik, sebagai ganti, mahkamah akan memberikan pampasan dalam bentuk kewangan yang bersamaan dengan 1 bulan gaji bagi setiap tahun perkhidmatan berserta 24 bulan maksimum gaji ke belakang 'backwages'.

Sebagai contoh, jika PYM sudah bekerja selama 10 tahun dan gajinya adalah RM3,000.00, maka PYM boleh mendapat pampasan maksimum daripada Mahkamah Perusahaan sebanyak RM102,000.00 iaitu kiraan 10 bulan gaji bagi pampasan menggantikan pemulihan jawatan 24 bulan gaji ke belakang. Oleh itu, majikan perlu berhati-hati dalam memberhentikan pekerja dan sebagai pekerja, mereka perlu tahu hak mereka jika berada di dalam situasi ini.

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



PERANAN USAHAWAN PENGIKLANAN MELAHIRKAN PENGGUNA BIJAK

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Penulis: Normala binti Ismail¹ dan Mohamad Kamil Ariff bin Khalid²

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

Dalam meniti arus kemodenan hari ini, segala maklumat boleh diperoleh di hujung jari. Penggunaan telefon pintar menjadi satu keperluan yang asas dalam kehidupan kita sehari-hari. Melayari jalur lebar membolehkan pengguna untuk melihat iklan-iklan digital dalam bentuk promosi pengenalan sebelum mengakses secara terus ke laman sesawang yang berkaitan. Secara tidak langsung, iklan ini sebenarnya mampu mempengaruhi minda pembeli untuk mencuba produk yang dipromosikan. Pengguna yang bijak berupaya menilai baik buruknya pada pengaruh iklan yang dipaparkan.

Pada dasarnya, iklan merupakan sebuah medium yang digunakan oleh usahawan untuk menyampaikan produk kepada pengguna. Dalam erti kata lain, sebuah iklan berperanan memberi dan menyampaikan maklumat secara terperinci, benar dan tepat mengenai produk yang dihasilkan. Dalam hal ini, usahawan pengiklanan memainkan peranan yang penting kepada pengguna. Kebiasaannya, mereka lebih mengutamakan kaedah penyampaian produk berbanding dengan mempromosikan produk. Sebagai contoh, mereka melakonan situasi yang sering berlaku dalam kehidupan masyarakat dengan menyampai dan menggunakan produk sebagai langkah penyelesaian kepada masalah yang dihadapi. Pendekatan penyampaian iklan yang sebegini dapat membuktikan bahawa produk tersebut berbaloi untuk dibeli dan sekaligus mampu menyelesaikan masalah kehidupan masyarakat.

Selain itu, agensi pengiklanan sewajarnya mematuhi peraturan dan syarat yang ditetapkan dalam menghasil atau menerbitkan iklan. Sebagaimana pembungkusan suatu produk, iklan yang diterbitkan perlu menonjolkan sumber atau inti pati produk yang betul beserta kesannya yang mungkin bermanfaat kepada pengguna. Sebagai contoh, terdapat kes dimana pengusaha yang tidak bertanggungjawab menjual produk yang telah didaftarkan sebagai produk makan, tetapi dipasarkan sebagai produk kesihatan. Hal ini akan mengundang kesan yang kurang baik sehingga mungkin mengakibatkan pengguna mengalami masalah kesihatan atau penyakit. Janganlah kerana pengusaha dikaburi dengan wang segera dan kemewahan harta

sehingga menimbulkan masalah kepada pengguna. Berniagaah secara telus dan jujur agar rezeki yang diperoleh mendapat berkat dan dihargai oleh pengguna. Justeru, iklan-iklan di media massa tidak kira digital mahupun bahan cetak, perlulah bebas daripada helah dan penipuan. Dewasa ini, ini kita dapat lihat kecenderungan yang digunakan oleh usahawan dalam menghasilkan iklan menggunakan pendekatan testimoni pengguna pada sesuatu produk. Namun, terdapat di kalangan mereka yang melakukan pembohongan dengan melebih-lebihkan manfaat atau faedah daripada penggunaan sesuatu produk. Hal ini menyebabkan hilang keyakinan di kalangan pengguna yang bijak. Malah pembeli atas talian juga turut menjadi mangsa penipuan kerana apa yang dipromosi atau digambarkan berbeza dengan produk sebenar yang mereka terima. Sepatutnya perkhidmatan penggunaan teknologi pembelian atas talian ini menjadi pemudah cara kepada pengguna dan bukan sebaliknya.

Di samping itu, usahawan agensi pengiklanan juga boleh menggunakan pendekatan membandingkan produk mereka dengan produk pesaing. Seperti peribahasa Melayu sambil menyelam minum air, kaedah yang digunakan ini mempunyai impak positif kerana ia akan menonjolkan kelebihan produk yang dijual. Hal ini menunjukkan bahawa produk mereka lebih baik berbanding dengan produk pesaing dan dapat memberi gambaran jelas kepada pengguna untuk memilih produk yang berbaloi untuk mereka. Pendekatan ini juga mampu menghasilkan daya saing yang sihat antara pengeluar produk dalam mencapai jualan yang baik sekaligus menyumbang kepada kerancakan perkembangan ekonomi negara.

Oleh itu, pengguna seharusnya dapat memilih produk dengan rasional sekiranya iklan-iklan seperti ini dipromosikan. Hakikatnya, masyarakat kini semakin bijak dalam memastikan apa yang dibeli adalah berbaloi dan berguna untuk mereka. Tekanan ekonomi dan peningkatan sara hidup telah mengubah masyarakat untuk menjadi pengguna yang lebih bijak. Oleh itu, usahawan sesebuah agensi pengiklanan memainkan peranan yang penting dalam melahirkan pengguna yang bijak. Justeru, sekiranya semua usahawan agensi pengiklanan mematuhi syarat-syarat yang telah dirangka, dirancang dan diuruskan secara baik, maka tidak mustahil daya atau kuasa beli pengguna akan meningkat sekaligus menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara.



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

USAHAWAN PKS PEMANGKIN INSPIRASI MALAYSIA MADANI

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Penulis: Wan Muhd Faez Bin Wan Ibrahim¹ dan Siti Salwa Bt Hassan²

^{1,2}Fakulti Pengurusan Perniagaan, UiTM Cawangan Sarawak

Malaysian Madani merupakan rangka dasar yang bertujuan untuk mengembalikan negara sebagai negara yang makmur dan dihormati telah dilancarkan pada Januari 2023 oleh Perdana Menteri, Dato' Seri Anwar Ibrahim. Malaysia Madani ialah rangka kerja kerajaan yang menggunakan nilai, etika atau akhlak sebagai asas pembangunan negara. Ia bertujuan untuk menggabungkan kaedah pentadbiran yang berkesan dengan mengutamakan pembangunan ekonomi dan budaya. Oleh itu, untuk mencapai Malaysia Madani, pelbagai pemegang taruh mesti menyumbang secara menyeluruh. Semasa menstruktur semula ekonomi negara, kerajaan akan mengutamakan tiga matlamat strategik: menghapuskan kemiskinan, mengubah suai ekonomi dan menjana ekonomi yang berasaskan konsep Malaysia Madani. Membasmi kemiskinan adalah salah satu daripada tiga keutamaan strategik. Strategi ini adalah penting kerana selepas lebih enam puluh tahun kemerdekaan, kadar miskin negara masih tinggi.

Perananan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) terhadap ekonomi

Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) semakin penting dalam memajukan ekonomi Malaysia dan menyediakan peluang pekerjaan kepada semua usahawan. PKS menyumbang 38% kepada KDNK negara dan ia juga merupakan asas ekonomi Malaysia. Hampir 70 peratus tenaga kerja negara digaji oleh PKS, yang membentuk 97.2% daripada semua perniagaan di Malaysia. PKS adalah pengusaha yang menjalankan perniagaan dengan pekerja sepenuh masa antara 1 dan 75 orang dan jualan tahunan antara RM300,000 dan kurang daripada RM15 juta.

Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) membantu memerangi kemiskinan di negara membangun dengan meningkatkan pendapatan masyarakat dan menyediakan pekerjaan kepada sektor yang lebih besar. PKS juga menyediakan pelbagai sumber untuk membantu pertumbuhan ekonomi dan membantu dalam pertumbuhan perniagaan di luar bandar. PKS bukan sahaja membantu perusahaan besar dan menyediakan perkhidmatan, tetapi mereka juga membantu orang ramai mempunyai kemahiran keusahawanan. Terutamanya, PKS membantu syarikat domestik berkembang menjadi syarikat yang lebih besar.