

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



MS
25
WARUNG OYSTER PAK NDAK MUARA



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

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



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 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

JOY BUYERS: CABARAN KEPADA PENJUAL DALAM TALIAN

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Penulis: Che Faridah Che Mahmood¹, Ainol Mardhiyah Rahmat² dan Hairiani Abdul Hamid³

^{1,2,3} Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Johor

Lonjakan pembelian dalam talian di kalangan rakyat Malaysia telah membawa pelbagai cabaran kepada penjual terutamanya yang mengadakan sesi jualan secara langsung (*live*). Dalam kerancakan sesi jualan langsung, penjual dalam talian terpukul apabila dipermainkan warga netizen yang menunjukkan minat dengan produk tetapi menarik diri pada minit terakhir. Mereka ini kononnya mahu membeli namun menghilangkan diri tanpa membuat sebarang bayaran. Pelanggan sebegini dikenali sebagai *joy buyers* atau *joyah*. Walaupun tiada statistik rasmi, kekecewaan di kalangan penjual dalam talian adalah jelas disebabkan kareneh tingkah laku *joy buyers* atau *joyah* ini.

Joy buyers menunjukkan minat yang berubah-ubah, membeli (*lock*) secara selektif dan lebih banyak bertanya dengan terperinci sebelum akhirnya menarik diri dari pembelian. Ini mengakibatkan pembaziran masa dan sumber, cabaran pengurusan inventori, penurunan pendapatan, hubungan yang tegang dengan pembeli, pengurangan kepercayaan dan kredibiliti untuk penjual kerana sering dijojahkan.

Antara strategi yang dilaksanakan oleh penjual untuk menangani *joy buyers* ini ialah:

1. Mengingatkan pembeli untuk melihat pemeriksaan teliti produk yang ditunjukkan semasa *live* sebelum pelanggan *lock* produk tersebut.
2. Memberi keutamaan kepada pembeli yang serius semasa sesi langsung dengan menghadkan tiga pembeli yang turut berminat dengan produk yang sama. Pembeli pertama yang *lock* diminta untuk membayar dengan kadar segera. Sekiranya tidak, pelanggan kedua yang *lock* akan diberi peluang untuk produk tersebut dan seterusnya sehingga produk terjual.
3. Menyekat *joy buyers* yang berpotensi; kebanyakan penjual dapat menjangkakan ada dalam kalangan pelanggan mereka itu adalah *joy buyers* apabila mereka berkali-kali diingatkan untuk membuat pembayaran segera seurus mereka *lock* produk yang berminat, namun mereka bersikap berdiam diri. Penjual akan mengambil tindakan drastik dengan terus menyekat akaun pelanggan tersebut.

Setengah penjual berlapang dada dengan kereh *joy buyers* dengan menganggap situasi sebegini adalah lumrah dalam setiap perniagaan dan mengekalkan sikap yang lebih santai.

Penjual dalam talian terutamanya yang sentiasa *live* perlu mengambil langkah proaktif untuk melindungi perniagaan mereka dalam landskap e-Dagang dalam talian yang sentiasa berubah. Cabaran *joy buyers* akan tetap wujud namun penjual perlu menavigasi landskap tersebut secara berkesan dengan memahami tingkah laku pembeli. Mencari keseimbangan antara menangani isu dan mengekalkan sikap berdaya saing adalah penting untuk kelangsungan penjualan dalam talian dan seterusnya mengurangkan *joy buyers*.



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

PERLUKAH DEPOSIT UNTUK TEMPAHAN JAHITAN BAJU?

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Penulis: Hjh. Nurnazirah Bt Jamadin¹

¹Fakulti Pengurusan Perniagaan, UiTM Cawangan Sarawak

Dalam dunia perniagaan jahitan, masalah pelanggan yang gagal mematuhi syarat pembayaran bukanlah sesuatu yang baharu. Dalam industri jahitan baju, isu ini sering menjadi duri dalam daging bagi para tukang jahit atau usahawan jahitan. Mereka yang bergelut dalam bidang ini sering kali menghadapi pelanggan yang tidak membuat bayaran deposit dan akhirnya memanipulasi situasi setelah pakaian yang dijahit telah diambil.

Pertama sekali, bayaran deposit dalam tempahan jahitan baju merupakan langkah awal yang penting untuk mengelakkan masalah pembayaran pada kemudian hari. Ini kerana, bayaran deposit berfungsi sebagai komitmen dan jaminan dari pelanggan bahawa mereka serius dalam tempahan tersebut. Tanpa adanya bayaran deposit, usahawan jahitan seringkali terpaksa menanggung kerugian masa, penat lelah dan sumber daya yang telah dilaburkan.

Masalah ini bertambah rumit apabila terdapat pelanggan yang sengaja mengelak dari membuat pembayaran penuh dengan pelbagai alasan. Situasi ini tidak sahaja menjejaskan aliran tunai perniagaan, tetapi juga memberi tekanan mental kepada usahawan jahitan yang telah berusaha sedaya upaya untuk menghasilkan pakaian yang berkualiti sesuai dengan kehendak pelanggan.

Selain itu, adanya bayaran deposit juga membantu dalam proses pengurusan perniagaan. Ia memudahkan usahawan jahitan dalam merancang jadual kerja dan menguruskan bahan-bahan jahitan dengan lebih efektif. Tanpa deposit, sukar bagi mereka untuk menganggarkan bajet operasi harian dan ini boleh mengganggu kelancaran perniagaan.

Secara kesimpulannya, bayaran deposit dalam tempahan jahitan baju bukan sahaja penting dalam menjamin hak tukang jahit, tetapi juga sebagai satu langkah bijak dalam pengurusan perniagaan. Dengan adanya sistem pembayaran deposit yang efektif, ia akan membantu mengurangkan risiko kerugian dan memastikan hubungan yang lebih sihat dan profesional antara usahawan jahitan dengan pelanggan. Oleh itu, amatlah penting bagi para pelaku industri jahitan untuk menyedari kepentingan langkah ini dan melaksanakannya dengan bijaksana.



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

KEUSAHAWANAN SOSIAL DI MALAYSIA

Dari Kedai Kopi Ke Bursa Malaysia

Penulis: Ina Murni Hashim¹

¹Fakulti Pengurusan Perniagaan, UiTM Cawangan Pahang

Bidang keusahawanan sosial berpotensi sebagai salah satu penyumbang penting kepada pertumbuhan ekonomi di samping dapat memperbaiki taraf sosio-ekonomi masyarakat. Matlamat utama kewujudannya adalah untuk menyelesaikan dan menangani isu sosial dan alam sekitar bagi mewujudkan impak positif, sementara itu, penjaan pendapatan atau keuntungan hanya sebagai alat untuk mencapai matlamat tersebut. Konsep keusahawanan sosial telah lama wujud di Malaysia iaitu bermula dari tahun 1990-an. Namun perkembangannya yang agak perlahan menyebabkan masyarakat tidak menyedari peranan dan kewujudannya. Pada masa kini ia semakin berkembang dan diaplikasikan melalui pelbagai entiti seperti koperasi, badan amal, organisasi kemasyarakatan dan perusahaan dalam menjalankan aktiviti ekonomi mereka. Keusahawanan sosial semakin menarik minat masyarakat bukan sahaja dari kalangan usahawan, tetapi juga daripada kalangan sektor awam, swasta dan ahli akademik.

Di Malaysia, tanggungjawab untuk menerajui pembangunan perusahaan sosial terletak di bawah Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KUSKOP). Bagi menyokong pembangunan dan pertumbuhan perusahaan sosial, kerajaan melalui KUSKOP telah melancarkan Rangka Tindakan Keusahawanan Sosial Malaysia 2030 (SEMy2030) pada 23 April 2022. Rangka tindakan ini bermatlamat untuk menjadi landasan bagi hala tuju negara dalam mengembangkan perusahaan sosial sebagai penyumbang kepada pembangunan sosio-ekonomi negara yang inklusif, seimbang dan mampan. Di samping itu, ia bertujuan untuk mewujudkan ekosistem pembangunan keusahawanan sosial yang kondusif dan mantap. Sehingga Disember 2021, sebanyak 414 pertubuhan telah didaftarkan sebagai keusahawanan sosial di bawah KUSKOP, dan SEMy2030 menasarkan jumlah perusahaan sosial yang berdaftar meningkat kepada 10,000 menjelang tahun 2030. Antara perusahaan sosial yang diakreditasi di Malaysia adalah seperti Biji-Biji, Batik Boutique, Langit Collective, Earth Heir, Epic Home, Komuniti Tukang Jahit, Silent Teddies, Suri Lifestyle, Drop & Wash, Projek 57, Fugeelah Creations Sd. Bhd., Asli Collaborations Sdn. Bhd., Bayu Gagah Marketing dan Laundry Zone.

Salah satu daripada keusahawanan sosial yang terdapat di Malaysia ialah Komuniti Tukang Jahit (KTJ). KTJ telah ditubuhkan oleh Yap Sue Yii pada tahun 2018 bermatlamat untuk membantu golongan wanita terutamanya suri rumah, ibu tunggal dan wanita dari kalangan B40 untuk menjana dan menjamin pendapatan yang stabil melalui kemahiran menjahit. Yap Sue Yii memulakan perniagaan fesyen pertamanya, Royal Demure, apabila idea penubuhan tersebut timbul. Beliau mengambil peluang untuk menubuhkan sebuah perusahaan sosial yang menyediakan lebih banyak peluang pekerjaan kepada wanita terutamanya dari kalangan komuniti B40. KTJ membolehkan tukang jahit yang beroperasi di rumah untuk menjana pendapatan