

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

GAYA TRENDING BISNES MENJADI

Penulis: Maarof Saleh¹, Mohammad Shafirul Riza Ibrahim² dan Anis Nadiah Baharudin³
^{1,2,3}Kolej Pengajian Seni Kreatif, UiTM Cawangan Perak

Industri fesyen di Malaysia semakin berkembang pesat, dipacu oleh kuasa media sosial dan strategi pemasaran yang kreatif. Dalam era digital ini, banyak jenama fesyen tempatan berjaya meraih kejayaan luar biasa hanya dengan satu elemen penting - 'tular' atau 'viral'. Tetapi apakah faktor yang menjadikan sesuatu produk atau jenama fesyen itu tular? Bagaimana para usahawan boleh memanfaatkan fenomena ini untuk melonjakkan perniagaan mereka?

Tidak dapat dinafikan, platform seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* memainkan peranan penting dalam membentuk trend fesyen masa kini. Jenama yang menggunakan media sosial dengan bijak, bukan sahaja dapat meningkatkan populariti mereka, tetapi juga mencipta permintaan luar biasa terhadap produk mereka. Sebagai contoh, jenama tudung '*dUck*' dan '*Naelofar*' telah memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif, menggunakan influencer dan selebriti terkenal untuk mempromosikan produk. Keunikan reka bentuk serta gaya eksklusif yang diperkenalkan berjaya menarik perhatian ramai, sekali gus mencetuskan fenomena 'FOMO' (*Fear of Missing Out*) dalam kalangan pengguna. Persediaan hari raya dan meraikan Syawal pada tahun 2025 ini boleh dijadikan contoh terdekat lonjakan fesyen lewat media sosial.

Untuk menjadi tular dalam industri fesyen, usahawan perlu menguasai beberapa teknik pemasaran yang terbukti berkesan. Salah satu teknik yang berkesan adalah kolaborasi dengan selebriti dan influencer terkenal. Jenama seperti 'Behati', yang dikenali dengan rekaan berani, telah menarik perhatian ramai apabila selebriti tempatan mengenakan pakaian mereka. Ini membuktikan bahawa sokongan dari ikon terkenal mampu meningkatkan kredibiliti sesuatu jenama. Selain itu, beberapa jenama fesyen tempatan menggunakan strategi '*limited edition*' untuk mencipta eksklusiviti. Contohnya, '*Rizman Ruzaini*' melancarkan koleksi khas yang hanya dijual dalam tempoh terhad, menyebabkan peminat berlumba-lumba untuk mendapatkannya sebelum kehabisan stok.

Seterusnya, trend *TikTok* dan cabaran *hashtag* juga memainkan peranan penting dalam pemasaran. Jenama seperti '*Bokitta*' menggunakan video pendek untuk menunjukkan cara pemakaian tudung mereka dengan pantas dan kemas. Ini bukan sahaja mendidik pengguna, tetapi juga menjadikan produk mereka lebih menarik. Penceritaan dan penjenamaan yang kuat juga menjadi faktor kejayaan sesuatu jenama. Jenama yang mempunyai kisah inspirasi selalunya lebih mudah mendapat perhatian. Kejayaan '*Leeyanarahman*' yang bermula dari perniagaan kecil sebelum menjadi antara jenama fesyen muslimah terbesar di Malaysia menjadi inspirasi kepada ramai usahawan muda.

Terkenalnya sesuatu jenama fesyen bukan hanya bergantung pada pemasaran, tetapi juga kecekapan dalam pengoperasian. Pengurusan stok yang efisien perlu ditekankan untuk mengelakkan pelanggan kecewa apabila produk habis terlalu cepat. Sistem pembelian dalam talian yang mesra pengguna memastikan pengalaman pelanggan yang lancar. Khidmat pelanggan yang cemerlang dengan respons pantas terhadap pertanyaan turut meningkatkan lagi kepercayaan terhadap jenama.

Fenomena fesyen viral di Malaysia membuktikan bahawa strategi pemasaran yang tepat, penggunaan media sosial yang efektif, serta pengoperasian yang baik, adalah faktor utama dalam kejayaan sesebuah perniagaan fesyen. Bagi usahawan yang ingin mencipta impak dalam industri ini, memahami trend semasa dan berani mencuba pendekatan baharu adalah langkah penting untuk mencapai kejayaan. Oleh itu, usahawan bukan sekadar perlu menjual pakaian, tetapi membina identiti, mencipta cerita dan memanfaatkan kuasa viral untuk membawa jenama ke tahap lebih tinggi.



Gambar: Enam Rekaan dari Koleksi Rizman Ruzaini Raya 2025

**Sumber: www.budiey.com