

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

PEMBEKAL HALAL RESTORAN KOREA

Penulis: Norpah Mahat

Kolej Pengajian Pengkomputeran, Infomatik dan Matematik, UiTM Cawangan Arau

Makanan Korea semakin popular dan diminati di kalangan rakyat Malaysia khususnya golongan muda yang membawa kepada banyaknya kemunculan restoran yang menyajikan makanan Korea. *Ramen*, *Tteokbokki* (kek beras pedas), *Kimchi*, *Kimbab* dan ayam goreng Korea adalah antara kegemaran di kalangan remaja dan belia di Malaysia.

Namun bagi pengguna muslim, cabarannya terletak pada mencari pilihan makanan Korea yang halal. Ini kerana sebahagian daripada bahan-bahan yang digunakan dalam masakan Korea adalah tidak halal. Pensijilan halal adalah garis panduan agama yang penting bagi umat Islam. Logo halal yang dipaparkan memainkan peranan penting dalam industri makanan, dengannya akan memberi kepercayaan dan keyakinan pengguna muslim untuk membeli makanan tanpa sebarang keraguan.

Satu langkah yang paling penting perlu dilalui oleh pemilik restoran adalah pemilihan pembekal. Pemilihan pembekal yang tepat dapat membantu meningkatkan keuntungan dan kelancaran operasi, manakala pemilihan yang salah boleh menjejaskan kejayaan perniagaan.

Kajian telah dijalankan bagi menentukan pemilihan pembekal yang terbaik dan halal menggunakan kaedah “*Fuzzy Topsis*” dan “*Fuzzy Analytic Hierarchy Proses*”. Bagi mendapatkan data, satu temubual dibuat bersama pengurus restoran Korea, restoran *Mr. Dakgalbi* yang terletak di Alor Setar, Kedah. Maklumat yang diambil berkenaan dengan kriteria pemilihan pembekal iaitu penilaian harga bahan-bahan dan diskaun, penghantaran tepat pada masanya, prosedur untuk proses pesanan dan bayaran balik, dan hubungan yang berkaitan dengan kebolehppercayaan dan komunikasi yang cekap. Penilaian kriteria ini dijalankan ke atas semua pembekal yang tersenarai.

Hasil kajian ini telah membantu pengurus restoran Korea untuk memilih pembekal yang terbaik dan semestinya halal. Kajian ini menawarkan pandangan yang signifikan kepada pemilik restoran Korea mengenai pemilihan pembekal yang kompeten untuk bahan-bahan yang halal. Penemuan ini menekankan kepentingan memilih pembekal untuk memastikan ketersediaan bahan berkualiti tinggi, harga yang berpatutan, prosedur yang sesuai dan hubungan pengurus restoran dan pembekal yang baik.

Secara keseluruhan, kajian ini menambah pemahaman tentang kaedah yang boleh diguna pakai untuk memilih pembekal khususnya restoran Korea halal di Malaysia. Penemuan ini dapat membantu pemilik restoran membuat keputusan yang bijak, yang membawa kepada pemilihan pembekal yang dipercayai, kepuasan pelanggan dan kejayaan perniagaan keseluruhannya.

****Sumber gambar: Facebook rasmi Mr. Dakgalbi, Aman Central, Kedah**



HEBATNYA MENJADI USAHAWAN DIGITAL

Penulis: Normala Ismail

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UiTM Cawangan Pahang, Kampus Jengka

Ledakan perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi maklumat terutamanya dalam perkembangan internet telah memberi kesan terhadap penggunaan elektronik secara menyeluruh dalam pelbagai bidang perniagaan dan antaranya adalah Perdagangan Elektronik (e-dagang). E-dagang menyatukan usahawan, pelanggan dan pihak ketiga seperti bank, syarikat kewangan, syarikat kad kredit dan lain-lain dalam satu persekitaran perniagaan terangkum dan selamat. Ia merupakan kegiatan perniagaan menggunakan internet sebagai instrumen pemasaran dengan jualan ke serata dunia tanpa sempadan. Namun di Malaysia, perniagaan e-dagang masih belum dimanfaatkan sepenuhnya walaupun mengalami perkembangan yang ketara. Jika dilakukan dengan cara yang betul, e-dagang merupakan satu kaedah perniagaan yang boleh membawa keuntungan besar

kepada usahawan. Walaupun pasaran saham dan komoditi menurun, namun perniagaan e-dagang masih mampu bertahan dan menerima transaksi yang tinggi. Antara syarikat e-dagang yang telah berjaya dan menjadi pelopor di Malaysia adalah *shopee.com*, *zalora.com*, *mudah.com*, *lazada.com* dan *lelong.com*.

Kelebihan menceburi perniagaan e-dagang ini adalah kerana ia melibatkan kos yang rendah. Usahawan bukan sahaja dapat mengurangkan kos yang tidak diperlukan ketika memasarkan produk, malah harga yang dikenakan kepada pembeli atau pengguna jauh lebih murah berbanding dengan menggunakan ejen. Selain itu, perniagaan e-dagang ini juga dapat meminimumkan kos buruh, kos utiliti, kos sewa premis perniagaan, kos sewa gudang, kos insurans, kos penyimpanan, kos perkhidmatan keselamatan dan lain-lain. Kos pengiklanan untuk mempromosikan produk juga akan menjadi lebih murah. Perniagaan ini membolehkan usahawan berhubung secara terus dengan pembeli. Hal ini membolehkan usahawan menambah baik perniagaan dan memperbaiki produk yang dijual dengan pantas dan segera. Dengan menjalin keterlibatan dan hubungan mesra sesama pembeli bukan sahaja dapat membantu membina imej, malah dapat meningkatkan hasil jualan dan prestasi pemasaran produk yang dijual. Oleh itu, usahawan mestilah memastikan pembeli sentiasa memperoleh pengalaman positif setiap kali mereka membeli produk dalam talian.

Di samping itu, usahawan perlulah peka dan berani mengambil risiko dalam melakukan perubahan ke atas produk yang dijual terutamanya dari aspek harga, pembungkusan, pengiklanan dan lain-lain. Hal ini membolehkan maklumat terkini mengenai produk baharu yang dikeluarkan dapat disalurkan kepada pembeli dengan tepat dan cepat.

Adalah mustahak bagi usahawan mengetahui dan menekankan ciri-ciri produk yang dijual seperti butiran khusus yang ada pada produk untuk membezakannya dengan produk pesaing. Ia boleh menjadi ciri ketara seperti saiz, berat atau warna produk yang dijual mahupun ciri tidak ketara seperti jaminan atau perkhidmatan yang disediakan. Sudah semestinya pembeli mengharapkan produk yang dibeli dalam talian adalah seperti yang diiklankan.

Oleh itu, usahawan mestilah memberikan maklumat terperinci yang lengkap diikuti dengan visual yang telus mengenai produk yang dijual dalam laman web sehingga pembeli merasakan ia sudah cukup lengkap dan berbaloi untuk dibeli. Jika tidak mereka akan merasa kecewa kerana maklumat produk yang diiklankan tidak seperti apa yang dijangka atau diharapkan. Untuk menghindari pembeli yang mahu menukar atau mengembalikan produk yang telah dibeli, maka usahawan perlulah menyediakan nilai tambah terhadap produk yang dijual terutamanya dari aspek perkhidmatan yang disediakan. Salah satu daripadanya adalah mempunyai saluran maklum balas pembeli dengan memuat naik e-borang pertanyaan atau e-borang status pesanan di laman web supaya pembeli boleh menghubungi usahawan di mana-mana sahaja dan pada bila-bila masa. Selain itu, stok barangan perlu disediakan sewajarnya bagi memenuhi tempoh masa yang dijanjikan pelanggan. Hal ini bermakna usahawan seharusnya menepati tempoh penghantaran produk seperti yang diiklankan. Penghantaran lewat atau lambat akan membuatkan pembeli menjauhkan diri dan tidak akan melakukan pembelian ulangan terhadap produk yang dijual. Ada kemungkinan produk serta profil usahawan ditularkan oleh pembeli dan sudah tentu ini akan memburukkan lagi keadaan.

Akhir sekali, usahawan perlulah menyediakan laman web yang berupaya untuk melindungi maklumat peribadi pembeli daripada terdedah atau digunakan tanpa kebenaran bagi mengelakkan berlakunya penipuan pembayaran dalam talian. Contohnya, usahawan boleh membuat prosedur pembayaran yang selamat, mudah dan pantas dengan menawarkan pelbagai kaedah pembayaran dalam talian seperti pembayaran tunai, kad kredit ataupun penghantaran wang telegraf. Tegasnya, menjadi usahawan e-dagang ini adalah hebat kerana ia mempunyai kekuatan dan kelemahan yang tersendiri. Jika dimanfaatkan dengan baik, perniagaan ini dapat membawa produk dan imej usahawan ke persada antarabangsa serta mampu bersaing dalam ekonomi dunia tanpa sempadan melalui ruang yang sangat fleksibel.