

Headline	Hampir terduduk rugi RM500,000		
MediaTitle	Sinar Harian		
Date	24 Feb 2020	Color	Full Color
Section	Bisnes	Circulation	140,000
Page No	30,31	Readership	420,000
Language	Malay	ArticleSize	1537 cm ²
Journalist	Noor Azura Sahril	AdValue	RM 32,584
Frequency	Daily	PR Value	RM 97,752



Shamsul dan Atikah menunjukkan parata dan kulit popia yang dihasilkan oleh Tisha's Food di kilangnya di Kepong, Kuala Lumpur.



Roti parata original.

Hampir terduduk rugi RM500,000

Bekas jurutera bangkit kembangkan kembali jenama Tisha's diusahakan bersama isteri

Oleh NOOR AZURA SAHRIL

BERMULA dengan sebuah kios menjual martabak di tepi jalan pada 2012, jenama Tisha's semakin berkembang maju.

Perniagaan yang diusahakan oleh pasangan suami isteri menerusi Tisha's Food Manufacturing Sdn Bhd itu kemudiannya beralih mengeluarkan perata dan kulit popiah sejuk beku.

Seiring perjalanan waktu, produk keluaran bumiputera itu kini boleh didapati di beberapa rangkaian pasar raya besar dan terkemuka di seluruh negara.

Namun, kejayaan yang diraih kini bukan dinikmati sekelip mata tanpa usaha dan cabaran, kata Ketua Pegawai Eksekutifnya, Shamsul Shah Sulaiman, 48.

Menurutnya, walaupun tanpa pengalaman dalam perniagaan, minat telah mendorongnya mencapai kejayaan yang dikecapi pada hari ini.

BERASAL dari Pulau Pinang, Shamsul berkongsi, Tisha's bermula dengan sebuah gerai martabak Penang yang diwarisi daripada legasi rampah moyangnya, A Ghaffur yang popular di Bertam Lane sejak 1923.

Beliau yang juga generasi keempat mengambil inisiatif mempelajari resipi warisan keluarga itu dan bercita-cita membawa rangkaian martabak Penang itu di Kuala Lumpur.

"Ketika itu syarikat tempat saya bekerja menutup cawangannya di Shah Alam, Selangor sehingga membuatkan saya mengambil keputusan untuk berkecimpung dalam perniagaan kerana saya tidak mahu bekerja makan gaji lagi.

"Selepas itu, saya belajar resipi warisan keluarga daripada mak cik dan seterusnya membuka kios pertama di Wangsa Melawati, Kuala Lumpur," katanya yang juga bekas jurutera kualiti di sebuah syarikat multinasional di ibu negara.

Shamsul mengakui pada awalnya agak gusar membawa jenama dan resipi martabak yang yang cukup dikenali ramai itu.

"Saya menggunakan nama A Ghaffur Murtabak pada permulaan perniagaan. Saya juga cuba sedaya upaya mengekalkan rasa sebenar seperti yang pelanggan nikmati," katanya

Dengan penjenamaan tersebut,

katanya, ia memudahkan pelanggan tetap yang pernah merasa martabak Penang, mendapatkannya di Kuala Lumpur.

Bagi menjangkau lebih ramai pelanggan, beliau mengedar risalah serta menawarkan perkhidmatan penghantaran kepada pelanggan di kawasan sekitarnya.

Hampir setahun berniaga di kios berkenaan, Shamsul kemudiannya mengorak langkah dengan bergerak menggunakan karavan hasil bantuan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) bagi memperluas perniagaannya di sekitar Lembah Klang.

Usaha tersebut akhirnya membuka peluang kepada Shamsul untuk menghasilkan martabak sejuk beku bagi menjamin survival perniagaannya itu.

Justeru, beliau berusaha mendapatkan sebuah kilang bagi memenuhi permintaan pasaran agar setiap isi rumah di Malaysia dapat menikmati produk dihasilkan.

Peluang ditawarkan oleh Inkubator Teknologi Makanan MARA (Intem) akhirnya merealisasikan impian Shamsul untuk memiliki kilang bagi menghasilkan produk sejuk bekunya sendiri.

Kilang yang terletak di Kawasan Perindustrian Kepong, Selangor itu kini mempunyai 20 orang pekerja.

Namun, syarikatnya beralih arah dengan mengeluarkan perata dan kulit popia bagi memenuhi permintaan.

Shamsul bersama isterinya, Atikah yakin Tisha's berupaya berkembang lebih maju berdasarkan kepada permintaan pelanggan yang mengalakkan.



Headline	Hampir terduduk rugi RM500,000		
MediaTitle	Sinar Harian		
Date	24 Feb 2020	Color	Full Color
Section	Bisnes	Circulation	140,000
Page No	30,31	Readership	420,000
Language	Malay	ArticleSize	1537 cm ²
Journalist	Noor Azura Sahril	AdValue	RM 32,584
Frequency	Daily	PR Value	RM 97,752



Shamsul ketika mempromosikan produk keluaran Tisha's di Tokyo, Jepun pada 2019.



Shamsul dan Atika menunjukkan parata dan kulit popia yang dihasilkan oleh Tisha's Food, di kilangnya di Kepong, Kuala Lumpur.

"Ini cabaran besar buat Tisha's. Alhamdulillah, dengan kepakaran dan fasiliti yang disediakan Intem kami berjaya mengatasinya.

"Ia merupakan permulaan kepada kami untuk pergi lebih jauh," katanya yang mendapatkan pengesahan Halal daripada Jabatan Kemajuan Islam Malaysia serta pensijilan Skim Makanan Selamat Tanggungjawab Industri (MeS-TI).

Perniagaan hampir musnah

Dalam usaha mengembangkan perniagaan, Shamsul bersama isterinya, Atika Mohd Ramli, 45, turut berdepan pelbagai dugaan dan cabaran.

Perancangan awalnya untuk meluaskan pasaran bersama puluhan usahawan lain telah menemukannya dengan sebuah koperasi yang menawarkan satu pelan perniagaan menguntungkan.

Malangnya, setelah melabur RM500,000 pelan perniagaan itu tidak mampu bertahan.

Beliau mengalami kerugian yang amat besar jumlahnya sehingga membuatnya hampir terduduk.

Malah, hampir sahaja empayar niaga yang dibinanya musnah akibat kerugian ditanggung.

Susunan itu, beliau gagal melunaskan bayaran sewa kilang dan terpaksa membuat rayuan kepada MARA.

"Kami amat bernasib baik kerana MARA sedia membantu," katanya.

Bagaimanapun, ujarnya, nasib malang dihadapinya itu membawa hikmah apabila perniagaannya kembali melonjak naik.

Semuanya berpunca apabila lebihan perata sebanyak satu kontena yang dijual pada harga murah tular di media sosial.

"Ramai yang membelinya dan akhirnya ia terjual dalam tempoh setengah hari sahaja," katanya.

Sejak itu, Tisha's mendapat permintaan menggalakkan sehingga dua kontena perata dijual, katanya.

Selepas kejadian malang yang dihadapinya itu, pintu rezeki terbuka luas buat Tisha's apabila mendapat peluang untuk menembusi pasaran parata di pasar raya besar Giant.



Shamsul bersama pekerja mereka.

Tembusi pasaran Giant

Hanya berbekalkan RM350, Shamsul menyahut cabaran meluaskan perniagaannya di rangkaian pasar raya berkenaan.

"Setelah beberapa bulan, barulah Tisha's bertapak di Giant pada 2016.

"Bermula daripada 10 cawangan Giant di Lembah Klang hinggalah lebih 100 cawangan di seluruh Semenanjung," katanya.

Kejayaan di Giant seterusnya memberi ruang kepada Tisha's untuk bertapak di Mydin, seterusnya di Lulu Hypermarket, ST Rosyam Mart, SOGO, Aeon Jusco, Village Grocer, BIG dan Ong Tai Kim.

Dianggarkan, lebih 200 rangkaian pasar raya di dalam negara telah memasarkan produk Tisha's.

Kini, Shamsul bercadang membawa jenama niaganya itu ke pasaran luar negara pula. Katanya, Tisha's fokus kepada pasaran negara jiran terutamanya ASEAN. Dalam masa sama, beliau berkata, Tisha's juga berusaha memastikan pengeluarannya mampu mengatasi permintaan.

"Bukan mudah untuk memasarkan produk ke luar negara. Perlu mengambil kira pelbagai faktor," katanya.

