Jadi ‘viral’ tidak jamin kedai terus bertahan Peniaga hadapi sewa tinggi, kekurangan pekerja dan perubahan selera pelanggan
By DAHLIA ZULKIFLI dahlia@sph.com.sg et al

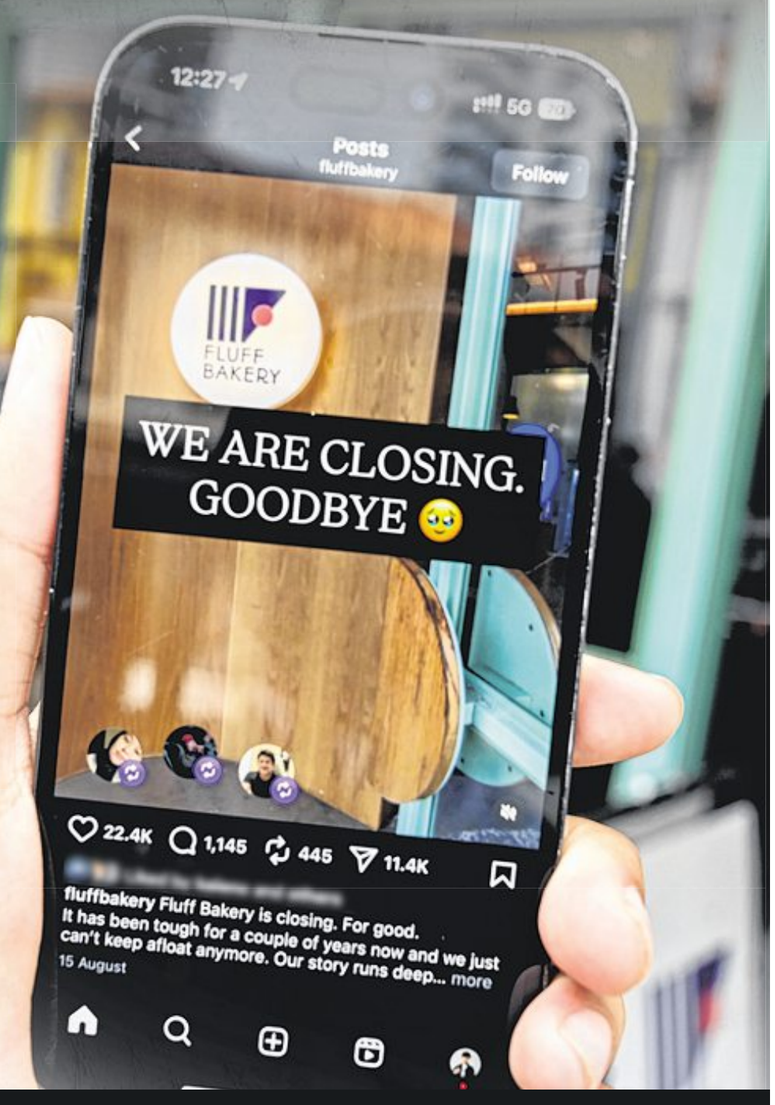
Berita Minggu, Page 1, Section: General
Sunday 14 September 2025
476 words, 748cm² in size
28,500 circulation



Jadi ‘viral’ tidak jamin kedai terus bertahan



Kedai ini sebelum ini dimiliki oleh Mamak’s by Nasi Kandar, yang menutup operasinya pada 10 Ogos lalu. Kini, ia telah diambil alih oleh Rojak Times by Abdhus Salam Rojak.



Pada 15 Ogos, kedai pencuci mulut popular Fluff Bakery mengumumkan penutupannya di Instagram. – Foto-foto BM oleh SHAFIQ APANDI

Peniaga hadapi sewa tinggi, kekurangan pekerja dan perubahan selera pelanggan

▶ **DAHLIA ZULKIFLI**
dahlia@sph.com.sg
dan
▶ **NURAISHAH ABDUL RAHMAN**
nshahrahman@sph.com.sg

Pada 15 Ogos, kedai pencuci mulut popular yang pernah menjadi kegilaan ramai suatu ketika dahulu, Fluff Bakery, membuat satu pengumuman di Instagram yang mengecewakan ramai pengikutnya.

‘Fluff Bakery is closing. For good.’ (Fluff Bakery akan ditutup. Buat selama-lamanya.)

Semasa Fluff Bakery di puncak popularitinya sekitar 2014, ramai pelanggan sanggup beratur panjang di luar kedai mereka yang terletak 12 Jalan Pisang, hingga kek cawannya habis dijual setiap hari dalam masa hanya dua atau tiga jam setelah kedai itu dibuka pada 12 tengah hari.

Apabila dihubungi *Berita Minggu*, pemiliknya, Cik Nursyazanna Syaira Md Suhimi enggan mengulas lanjut, tetapi dalam kirimannya di Instagram beliau berkata beberapa tahun kebelakangan ini amat mencabar dan mereka tidak lagi mampu bertahan.

Bukan sahaja Fluff Bakery malah banyak lagi perniagaan makanan menemui nasib yang sama seperti Flavour Fling, Mamak’s by Nasi Kandar, Badoque, Wanderlost Lounge malah rangkaian restoran yang lebih besar seperti Manhattan Fish Market sudah pun melabuhkan tirai.

Dalam perkembangan terbaru, The Shakehouse yang terletak di Tessensohn Road berdekatan Kallang, telah membuat pengumuman bahawa restoran mereka akan ditutup pada Mac 2026.

Pada 2024, sebanyak 3,047 perniagaan makanan ditutup di Singapura, jumlah tertinggi dalam tempoh 20 tahun, menurut perangkaan Penguasa Pengawalan Perakaunan dan Korporat (Acra).

Angka ini hanya diatasi pada 2005 sebelum ini apabila sebanyak 3,352 perniagaan makanan ditutup.

Bagaimanapun, lebih banyak perniagaan makanan baru dibuka – sebanyak 3,790 – pada 2024 berbanding perniagaan yang ditutup.

Bagi 2025 pula, sebanyak 2,333 perniagaan makanan baru dibuka dan 1,724 telah ditutup hingga Ogos.

Pensyarah Kanan Jabatan Pemasaran Sekolah Perniagaan Universiti Nasional Singapura (NUS), Dr Samer Elhajjar menjelaskan: “Ramai tertarik menceburi perniagaan makanan kerana ia tidak rumit berbanding industri lain.

“Anda boleh belajar buat resipi sendiri, melatih pasukan anda dan yang paling utama, semua orang suka kalau kita bercakap tentang makanan.”

“Dari segi pulangan, ia sangat lumayan jika anda berjaya mencipta resipi rahsia anda sendiri sehingga dapat mengembangkan jenama anda dan seterusnya mendominasi pasaran.”

Dr Samer turut menambah bahawa media sosial seperti Instagram dan video TikTok sering mempengaruhi pilihan pelanggan, tetapi “pemasaran sebegini hanya memberi kesan jangka pendek sahaja”.

Untuk jangka panjang, Dr Samer berkata peniaga perlu fikirkan tentang kualiti pengalaman yang konsisten agar dapat mengekalkan pelanggan tetap.

Beberapa peniaga pula berkata mereka terus berdepan dengan cabaran seperti kos sewa, kekurangan pekerja, serta perubahan tingkah laku pelanggan, sedang mereka juga berusaha untuk mencipta pengalaman berbeza di tengah persaingan sengit.

Laporan khas Berita Minggu
Muka 6 – 7

FOTO BM oleh SHAFIQ APANDI GRAFIK BM oleh MOHD SAMAD AFANDIE

This document is intended for internal research purposes only.
Copyright remains the property of the content creator.