

## WAR 34 KONSEP PERNIAGAAN “HEAT & EAT” DI INSTITUSI PENGAJIAN TINGGI – ANTARA REALITI ATAU IMAGINASI

Salina Mohammed Rashid & Zuraini Jusoh

Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS),  
Bandar Seri Putra, 43000 Kajang, Selangor, Malaysia

salinarashid @kuis.edu.my, zuraini338@tganu.uitm.edu.my

### ABSTRAK

“*Heat & Eat*” atau konsep “hangatkan dan makan” bukanlah satu konsep jualan makanan yang baharu di Malaysia. Biasanya makanan yang telah siap dimasak akan dipek atau ditinkan dan dijual di pasar raya oleh pengeluar makanan atau kilang-kilang. Manakala konsep perniagaan yang ingin dibincangkan di sini ialah konsep perniagaan yang boleh diusahakan oleh peniaga kecil, dipek dalam bekas yang sesuai untuk dihangatkan di dalam *microwave* dan sedia dimakan serta-merta oleh pembeli di kafetaria. Biasanya, kita dapati pengusaha makanan di kafetaria akan memasak makanan itu terlebih awal dan menghidangkan makanan tersebut di dalam bekas yang disediakan. Adakalanya makanan itu terdedah dan menjadi sejuk serta dihinggapi oleh lalat. Amalan sebegini akan menjejaskan kualiti dan kebersihan makanan. Kemungkinan konsep *halalan toyibban* juga tidak diamalkan. Hal ini juga boleh berlaku semasa penyediaan makanan ataupun semasa makanan terhidang. Sehubungan dengan itu, dalam kertas kerja ini, pengkaji akan membincangkan konsep perniagaan “*heat & eat*” ini boleh menjadi satu realiti atau sekadar imaginasi. Satu kajian awal pernah dilakukan di sebuah institusi pengajian tinggi di Selangor, Malaysia. Kaedah pengumpulan data, pengkaji telah membuat ‘mock up’ projek di IPT terpilih. Objektif kajian ialah untuk melihat sama ada konsep ini boleh diterima oleh para pelajar di IPT ini atau tidak. Seramai 115 responden terlibat dalam kajian ini yang terdiri daripada para pelajar, pensyarah dan kakitangan sokongan IPT tersebut. Kajian ini merupakan satu kajian deskriptif dan data yang diperolehi diproses menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 21.0. Dapatan kajian ini mendapati bahawa konsep ini boleh menjadi satu realiti dengan adanya penerimaan daripada responden.

**Kata Kunci :** panaskan dan makan, konsep perniagaan, makanan, IPT, bersih, halal

### PENGENALAN

Menurut Business Dictionary, konsep perniagaan ialah satu idea asas yang mengambil kira maklumat-maklumat mengenai perkhidmatan atau produk yang ingin diperkenalkan. Selain daripada itu maklumat mengenai prinsip pemasaran juga perlu dikumpulkan. Melalui maklumat yang diperolehi, satu konsep perniagaan boleh diwujudkan dan ianya boleh dijadikan satu rancangan perniagaan.

Dalam kajian ini satu konsep perniagaan gabungan daripada tiga jenis perniagaan yang berbeza iaitu perniagaan sejuk beku dan sejuk dingin yang digabungkan dengan konsep perniagaan layan diri dan konsep hangatkan dan makan. Konsep perniagaan ini memang telah dilakukan di beberapa tempat tetapi tidak berlaku sepenuhnya di Institut Pengajian Tinggi (IPT). Pada kebiasaannya, di IPT konsep layan diri bukan lagi satu konsep yang baru tetapi apa yang ingin diperkenalkan ialah makanan sejuk beku (*frozen food*) dan sejuk dingin (*chilled*) bersama dengan konsep hangatkan dan makan.

Di IPT makanan yang dihidang sememangnya telah dimasak terlebih awal dan kemudiannya dihidang untuk pelanggan. Namun begitu, makanan yang dimasak ada kalanya kehilangan zat makanan kerana dimasak terlalu lama dan juga terbiar sejuk dan terdedah. Ini boleh menyebabkan makanan tersebut tercemar.

## **Penyataan Masalah**

Terdapat beberapa laporan tentang keracunan makanan sama ada di sekolah-sekolah, di IPT mahupun di mana-mana. Dalam tahun 2013, menurut Timbalan Menteri Kesihatan Datuk Seri Dr Hilmi Yahya berkata, terdapat 397 kes kejadian keracunan makanan telah berlaku. 214 episod (54%) dengan 6,795 kes (69%) melibatkan sekolah di bawah Kementerian Pelajaran Malaysia, Kementerian Pertahanan, Majlis Amanah Rakyat (MARA), swasta dan kerajaan negeri (freemalaysia.com). Manakala di Kelantan pula, kes keracunan makanan kian meningkat dari tahun ke tahun iaitu bermula dari tahun 2012 terdapat 454 kes telah dilaporkan. Dalam tahun 2013 pula 495 kes dan terakhir dalam tahun 2014 terdapat 501 kes (sinarharian.com). Kebanyakan punca kejadian ini adalah kerana cara penyediaan makanan tidak mengikut piawaian yang telah ditetapkan oleh kerajaan dan juga makanan-makanan yang dihidangkan telah tercemar semasa dihidangkan. Sehubungan dengan itu, kajian ini pengkaji ingin memperkenalkan satu konsep perniagaan yang mungkin boleh membantu mengatasi permasalahan ini sekiranya pihak pengusaha makanan dapat memahami konsep ini secara keseluruhan.

Objektif kajian ialah:

1. untuk mengetahui jenis makanan pilihan, kaedah pemasaran, tempat perniagaan dan harga yang sesuai dengan keinginan mereka
2. untuk melihat sama ada konsep perniagaan ini boleh diterima oleh warga pelajar di IPT.

## **KAJIAN LITERATUR**

Amalan biasa peniaga-peniaga makanan akan menghidangkan makanan yang telah dimasak di dalam bekas yang disediakan. Ada kalanya makanan tersebut dibiarkan terdedah dan menyebabkan ianya tercemar. Selain daripada itu juga, pengusaha makanan gagal mengikuti piawaian yang telah ditetapkan oleh kerajaan lebih-lebih lagi dalam memastikan ianya halal toyyiban iaitu satu konsep penyediaan makanan yang sering diabaikan.

### **Konsep Halalan Toyyiban**

Ramai dalam kalangan pengusaha makanan berpendapat bahawa makanan yang mereka sediakan itu sudah cukup halal kerana bersumberkan bahan-bahan yang halal. Kebanyakan masyarakat Islam mempunyai kefahaman yang agak cetek dalam konsep halalan toyyiban ini. Mereka menganggap halal itu sekadar tidak mengandungi khinzir atau arak. (Anas dan Wan Mohd Yusuf).

Tanpa mereka sedari, mereka perlu peka kehalalan sesuatu produk semasa dalam proses penyediaan dan penjualan makanan tersebut. Secara mudah, arahan Allah s.w.t mengarah kaum Islam memakan makan yang halal dan bersifat elok atau tinggi mutunya (Faizah Osman, 2010). Beliau juga menekankan unsur mutu ini penting kerana rezeki yang diperolehi, tentunya lebih baik dan lebih diberkati. Konsep ini bukan saja tertumpu kepada pembeli tetapi juga kepada pengusaha itu sendiri.

Jika diperhatikan ramai pengusaha makanan telah menyediakan makanan yang halal tetapi mereka terlepas pandang kita membungkus makanan tersebut. Mereka lebih selesa membungkus makanan mereka dengan polisterin kerana kos yang rendah. Penggunaan polisterin ini akan memberi kesan yang negatif dalam jangka masa panjang. Meneurut Ketua Pusat Penyelidik Alam Sekitar, Fakulti Kejuruteraan Kimia Universiti Teknologi Mara (UiTM), Prof. Dr. Ku Halim Ku Hamid berkata, bahan stirena yang berasal daripada phemynl memang boleh memberi masalah kepada sistem kesihatan di mana organ-organ dalam badan manusia akan menerima kesan secara tidak langsung terutamanya kepada sistem pencernaan yang turut melibatkan darah serta hati (Utusan.com, 2015).

### **Konsep makanan sejuk beku (*frozen food*) dan sejuk dingin (*chilled food*)**

Menurut definisi Food and Agriculture (FAO) Organization, makanan sejuk beku bermaksud makanan yang disimpan di dalam peti sejuk yang bersuhu di bawah negatif 18°C. Makanan yang disimpan di bawah suhu tersebut boleh bertahan lama yang boleh menjamin kualiti dan kesegaran makanan tersebut. Jangka hayat untuk makanan sejuk beku ialah selama setahun. Manakala makanan dingin (*chilled*) pula ialah makan yang disimpan dalam peti sejuk yang bersuhu antara negatif 1°C hingga 10°C. Makanan yang boleh disimpan ialah makan yang perlu dikekalkan rupa bentuknya supaya tidak terjejas dengan suhu terlalu sejuk. Jangka hayat makanan ini pula selama dua minggu sahaja (Gustavo, Bilge dan Danilo, 2005).

Industri makanan sejuk beku semakin meningkat permintaannya dengan perubahan gaya hidup manusia pada zaman moden ini. Kehidupan warga IPT juga banyak perubahannya sejak bidang pendidikan di Malaysia semakin meningkat maju. Para pelajar di IPT suka dengan makanan sejuk buka yang telah dimasak seperti burger, sosej, nugget dan lain-lain. Kebanyakan jenis makan ini digoreng dan dijual murah. Peningkatan makanan sejuk beku ini dijangka berlaku sebanyak 10% pada setiap tahun bermula dari tahun 2000 hingga 2010. Peningkatan ini dijangka akan terus berlaku (MoA, ).

Makanan sejuk beku dan sejuk dingin telah mula menarik perhatian ramai orang bagi menggantikan makan segar. Kajian menunjukkan bahawa golongan yang berpendapatan dan berpendidikan tinggi akan lebih membeli makanan sejuk beku ini (Datamonitor, 2005).

### **Konsep hangat dan makan (*heat dan eat*)**

Konsep perniagaan hangat dan makan (*heat and eat*), juga bukan satu konsep perniagaan yang baru. Pengeluar makanan biasanya akan pek makanan mereka di dalam tin atau lain-lain pembungkusan yang menarik dan kedap udara juga tahan bakteria. Antara contoh makanan tersebut ialah sardin, ayam kari, sambal sotong dan lain-lain.

Manakala konsep yang ingin diperkenalkan ini adalah pelanggan boleh memilih makan yang tersedia untuk dimakan tetapi hanya perlu dipanaskan di dalam mikrowave atau oven selama 2 – 8 minit dan boleh terus dimakan. Pembeli dapat menikmati hidangan tersebut ketika masih panas dan segar.

## **METODOLOGI**

Kajian ini telah dilakukan di sebuah Institusi Pengajian Tinggi Selangor . Satu “*mock-up*” projek yang dikenali sebagai “*Campus Foodsmart*” telah dilakukan selama tiga minggu untuk mengumpul data. Antara keperluan penting yang perlu ada semasa projek ini dilakukan adalah seperti yang berikut:

Jadual 1 Keperluan Perniagaan

Keperluan	Maklumat
Tempat Perniagaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lot kedai atau ruang perniagaan</li> </ul>
Pekerja	Terdiri daripada pelajar-pelajar IPT dengan kadar upah yang rendah
Produk Makanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan Sejuk Beku</li> <li>• Makanan "Chilled"</li> </ul>
Harga	Antara RM3.90 – RM14.90
Tempat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Di Fakulti Pengurusan Perniagaan</li> <li>2. Di Kafeteria</li> </ol>
Pembekal Makanan	Prima Agri Sdn Bhd
Peralatan Utama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peti Sejuk</li> <li>2. <i>Chest Freezer</i></li> <li>3. <i>Microwave</i></li> </ol>
Alat Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Blog</li> <li>2. Penanda Buku (<i>menggantikan flyers</i>)</li> </ol>

Cara pengendalian kedua-dua produk ini ialah:

1. Makanan sejuk beku

Makanan sejuk beku ini perlu dinyah beku (defrost) selama 2 minit di dalam mikrowave atau disimpan di dalam peti sejuk (chiller). Kemudian akan dihangatkan mikrowave selama 2-3 minit jika diminta oleh pelanggan.

2. Makanan sejuk dingin chilled

Makanan ini setelah disiap disediakan akan disimpan di dalam peti sejuk (chiller) dan akan dihangatkan selama 2-3 minit jika diminta pelanggan.

Soal selidik telah diedarkan pada akhir minggu ketiga projek selepas responden mengenali projek pengkaji. Kaedah persampelan yang digunakan ialah persampelan mudah (*convenience sampling*). Hanya pelanggan yang pernah membeli produk yang dijual sahaja dipilih untuk menjadi responden. 150 set instrumen kajian telah diedarkan kepada responden dengan kadar pulangan 115 set (76.6%). Responden yang terlibat ialah dalam kalangan mahasiswa daripada pelbagai fakulti, pensyarah-pensyarah dan staf sokongan di IPT tersebut.

Instrumen kajian mengandungi empat bahagian soalan yang melibatkan 27 soalan dan dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 21.0. Bahagian A mengandungi empat soalan berkaitan dengan kesedaran mereka terhadap kewujudan projek ini. Bahagian B pula mengandungi lapan soalan berkaitan Maklumat produk jualan. Manakala, bahagian C pula mengandungi enam soalan berkaitan dengan konsep perniagaan ini dan yang terakhir, bahagian D mempunyai sembilan soalan berkaitan dengan demografi responden. Semua data yang dikumpul telah dianalisis berdasarkan analisis deskriptif

### DAPATAN KAJIAN

Dapatan kajian mendapati seramai 115 orang responden telah terlibat terdiri daripada 44 responden lelaki (38.3%) dan 71 responden perempuan (61.7%). Analisis deskriptif bagi faktor demografi responden mengikut umur pula menunjukkan seramai 86 orang responden yang berumur di bawah 25 tahun (74.8%), 23 orang responden yang berumur antara 26-35 tahun

(20%), 4 orang responden yang berumur 36-45 tahun (3.5%) dan hanya 2 orang responden yang berumur 46 tahun ke atas (1.7%) telah terlibat dalam kajian ini. Dapatan kajian juga mendapati responden adalah terdiri daripada 99 orang pelajar (86.1%) yang mempunyai elaun sara hidup sebanyak RM300 dan keatas. Manakala baki responden seramai 16 orang (14%) adalah pekerja di IPT tersebut yang mempunyai pendapatan RRM1,000 ke atas.

**Jadual 2 Demografi Responden**

		N	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	44	38.3
	Perempuan	71	61.7
Umur	Bawah 25 tahun	86	74.8
	26 – 35 tahun	23	20.0
	36 – 45 tahun	4	3.5
	Atas 46 tahun	2	1.7
Pelajar	Diploma	9	7.8
	Sarjana Muda	18	57.4
	Sarjana	24	20.9
	PhD	1	0.9
Pekerjaan	Pensyarah	8	7.0
	Kakitangan Sokongan	8	7.0
Elaun Sara Hidup Pelajar	Bawah RM300	47	40.9
	RM300 – RM400	18	15.7
	RM401– RM500	11	9.6
	RM501 ke atas	17	14.8
Pendapatan	Bawah RM1000	9	7.8
	RM1001 – RM2000	5	4.3
	RM2001 – RM3000	2	1.7
	RM3001 ke atas	6	5.2

**Obejktif 1 : Penerimaan jenis makanan, harga, tempat dan kaedah promosi**

Bagi mencapai objektif kajian yang pertama, iaitu untuk mengetahui jenis makanan pilihan, harga, tempat perniagaan dan kaedah promosi yang sesuai dengan keinginan mereka adalah seperti berikut:

1. Analisis Produk (jenis makanan pilihan)

Semasa projek ini dijalankan pelbagai makanan pilihan telah dijual dan menu hidangan akan silih berganti mengikut perancangan awal pengkaji. Antara ialah makanan sejuk beku (frozen food) seperti pizza dan pasta. Manakala makanan “*chilled food*” terdiri daripada nasi lemak, nasi kari ayam, sandwich, dan sarapan pagi ala Amerika. Hasil jualan adalah seperti berikut:

**Jadual 3 Laporan Jualan Makanan Sejuk Beku dan Sejuk Dingin**

Jenis	Stok Masuk	Jualan	Baki
Pizza (K)	46	30	14
Pizza (B)	10	10	0

Pasta (Spaghetti dan Macaroni)	282	282	0
Focaccia	10	10	0
Softroll	35	35	0
Croissant	20	20	0
Foldover	20	20	0
Nasi Lemak	10	7	3
Nasi Kari Ayam	20	6	14
Sarapan Ala Amerika	30	19	11

Berdasarkan jadual 3 di atas, makanan sejuk beku yang menjadi pilihan utama ialah pasta dan diikuti oleh pizza saiz besar. Pizza kecil kurang menjadi pilihan kerana harganya agak mahal dan tidak mencukupi jika berkongsi dengan rakan. Manakala makanan *chilled* yang menjadi pilihan ialah pelbagai jenis sandwich tetapi tidak kepada nasi lemak dan nasi kari ayam dan sarapan ala Amerika. Ini adalah kerana hidangan nasi di kawasan sekitar lebih murah berbanding dengan harga jualan dalam projek ini. Manakala sarapan ala Amerika bukan menjadi budaya sarapan pagi pelajar di IPT.

## 2. Analisis Harga

Semua produk dibekalkan oleh sebuah kilang di Bangi dengan kualiti produk yang dijamin halal dan bermutu tinggi. Semua makanan dipek dalam bekas yang menarik, berkualiti dan tahan panas. Harga jual yang dicadangkan agak tinggi dan tidak sesuai untuk pelajar dan pengkaji perlu menurunkan harga mengikut kesesuaian tempat jualan. Harga yang dikenakan adalah seperti berikut:

**Jadual 4 Analisis Harga**

Jenis	Harga Jualan (RM)	Harga Kos (RM)	Untung Kasar (RM)
Pizza (7")	9	7	2
Pizza (12")	15	12	3
Pasta (Spaghetti dan Macaroni)	4.90	4.50	0.50
Pelbagai Sandwich	3.90	3.50	0.40
Nasi Lemak	4.90	4.50	0.50
Nasi Kari Ayam	4.50	3.80	0.70
Sarapan Ala Amerika	4.90	4.50	0.40

Berdasarkan soal selidik kami, seramai 49.6% responden kami menyatakan bahawa harga pelbagai sandwich agak mahal dan mereka mencadangkan agar harga tersebut diturunkan menjadi RM3.00. Manakala harga makanan yang lain dikatakan harga mampu beli.

## 3. Analisis Tempat

Projek ini dilakukan di dua tempat berbeza iaitu di kafeteria fakulti dan di pusat kafeteria (food court). Kedua-dua tempat mendapat jumlah jualan yang baik tetapi tempat jualan di food

court lebih sesuai. Ini adalah kerana di kafetaria waktu perniagaan boleh dilanjutkan hingga ke malam dan boleh dibuka pada hujung minggu. Namun begitu di kafeteria terdapat banyak persaingan. Responden juga mencadangkan agar perniagaan ini dilakukan di kedua-dua tempat. Ini dibuktikan dengan merujuk jadual di bawah:

**Jadual 5 Analisis Tempat**

Tempat Pilihan	Nombor Responden	Peratus
Pusat Makanan	58	50.4
Kafeteria Fakulti	57	49.6

4. Analisis Promosi

Pelbagai alat promosi telah diguna pakai seperti banner, bunting, poster, penanda buku (menggantikan flyers) dan blog. Berdasarkan maklum balas yang diterima, 48% daripada responden kami mengetahui projek ini melalui banner dan bunting dan 52% mengetahui melalui edaran penanda buku dan poster.

**Objektif 2 : Penerimaan Konsep Perniagaan**

Bagi menjawab objektif kedua pula, ia boleh dihuraikan seperti berikut:

**Analisis konsep perniagaan makanan sejuk beku dan chilled**

Terdapat 52 orang (45.2%) responden biasa dengan konsep perniagaan sejuk beku dan chilled ini. Manakala 63 orang (54.8%) responden tidak biasa dengan konsep perniagaan ini. Mereka masih lagi terdedah dengan perniagaan makanan yang siap masak dan terhidang di dalam tray. Berdasarkan hasil jawapan responden, pengkaji dapati bahawa makanan sejuk beku masih lagi baru kalangan warga IPT.

**Jadual 6 Analisis Konsep Perniagaan Sejuk Beku**

Konsep Perniagaan Sejuk Beku	Nombor Responden	Peratus
Biasa	52	45.2
Tidak Biasa	63	54.8

**Analisis konsep perniagaan layan diri**

Berdasarkan jadual di bawah, terdapat 92 orang responden (80%) menyatakan bahawa mereka boleh menerima konsep layan diri ini, manakala 17 orang responden (14.8%) tidak mahu menerima kerana mereka masih berminat dengan konsep tradisional iaitu pembantu kedai mengambil tempahan makanan daripada mereka. 6 orang responden (5.2%) menyatakan ianya tidak memberi apa-apa perbezaan kepada mereka.

**Jadual 7 Analisis Konsep Perniagaan Layan Diri**

<b>Konsep Perniagaan Layan Diri</b>	<b>Nombor Responden</b>	<b>Peratus</b>
Boleh Menerima	92	80
Tidak Menerima	17	14.8
Tiada Perbezaan	6	5.2

**Analisis konsep perniagaan hangat dan makan (Heat & Eat)**

Seramai 95 orang responden (82.6%) boleh menerima konsep ini namun begitu hanya 20 orang responden (14.4%) menolak konsep perniagaan ini. Mereka yang menerima konsep ini berpendapat bahawa konsep ini sangat inovatif berbanding dengan konsep perniagaan yang sedia ada. Selain daripada itu juga mereka berpendapat bahawa makanan yang disediakan dijamin bersih dan sihat kerana tidak tercemar dan kualiti makanan akan terjaga. 95% daripada responden keseluruhannya akan menyarankan produk yang dijual ini kepada rakan-rakan mereka yang lain.

**Jadual 8 Analisis Konsep Perniagaan Hangat dan Makana**

<b>Konsep Hangat dan Makan (Heat and Eat)</b>	<b>Nombor Responden</b>	<b>Peratus</b>
Boleh Menerima	95	82.6
Tidak Menerima	20	17.4

**PERBINCANGAN DAN RUMUSAN**

Berdasarkan objektif pertama, pengkaji dapati bahawa makanan sejuk beku dan sejuk dingin amat sesuai dijual. Ini adalah kerana menu-menu yang disediakan menepati citarasa mereka. Namun begitu pilihan makanan sejuk beku atau sejuk dingin lebih fokus kepada makan barat bukannya makan Malaysia. Ini berkemungkinan, makanan ala Malaysia, mudah didapati di kawasan sekitar. Persaingan untuk makanan barat amat kurang. Manakala harga pula dicadangkan antara RM2.00 hingga RM3.00 untuk pelbagai jenis sandwich dan RM4.00 hingga RM5.00 untuk makanan jenis pasta. Makanan lain tidak mendapat perhatian mereka. Mereka juga setuju dengan kaedah promosi yang dibuat semasa projek ini berlaku.

Untuk objektif kedua pula, konsep ini sangat sesuai dilakukan di IPT kerana konsepnya berbeza dengan konsep yang sedia. Walaupun konsep layan diri bukan sesuatu yang baru tetapi konsep makanan yang disediakan agak berbeza. Mereka boleh menikmati makanan yang masih segar dan hangat. Kualiti makanannya juga terjamin.



## RUJUKAN

Anas dan Wan Mohd Yusuf (2010). *A Case Study at Sabasun Hyper Runcit, Kuala Trengganu*.

Business Dictionary. *Business Concept*. Petikan daripada <http://www.businessdictionary.com/definition/business-concept.html#ixzz3sBroaxX7>

Datamonitor (2006). *Frozen Food in Malaysia to 2010*, Market Insight Report Series 2006. USA.

Faezah(2010), *Halalan Toyyiba – Konsep Penyediaan Yang Diabaikan*, Petikan daripada <http://faezahherda.blogspot.my>

Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO), 2005. *Conducting a feasibility study* from <http://www.fao.org>.

Gustavo, Bilge dan Danilo, (2005). *Freezing of Fruits and Vegetables, An agribusiness alternative for rural and semi rural areas*. FAO Agricultural Service Bulletin.

Jamilah Kamarudin (21 Oktober 2013). *9777 Kes Keracunan Makanan dalam Tempoh 9 bulan*. Petikan daripada <http://www.freemalaysiatoday.com>

Mawar Putih (17 May 2015). *Polisterin Penyebab Utama Kanser*. Petikan daripada <http://gilersebang.blogspot.my/2015/05/polisterin-penyebab-utama-kanser.html>

Ministry of Agriculture (MoA) Market Research (2005). *Study on the Marketing of Chilled and Frozen Food in Malaysia*. <http://pico.neofission.com>

Nancy Brenowitz (2012). *A Guide to Centralized Food Service System*, Petikan daripada <http://nfsmi.org/DocumentDownload.aspx?id=539>

Wartawan Sinar Harian (14 Jun 2015). *Kelantan Serius Tangani Keracunan Makanan*. Petikan daripada <http://www.sinarharian.com.my/edisi/kelantan>