

info

usahawan

issue
1/21

nota minda masmed

penjenamaan
semula

fenomena
zamsaham

elon
musk.

VISIONARI
MEREVOLUSI
DUNIA





Usaha awa atas talu

BAHAGIAN 1

Yau'mee Hayati Hj Mohamed Yusof
Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi
MARU, Cawangan Terengganu Kampus Dungun, Terengganu

an an



Image by mikhail nlove from pexels

Perniagaan merupakan satu pekerjaan paling tua di dunia sejak zaman berzaman. Semua jenis perniagaan bermula dengan konsep untung rugi. Sesuatu perniagaan bergantung kepada kehendak pembeli; semakin tinggi kehendak maka semakin tinggi keperluan. Dalam mencari kehendak pasaran, peranan teknik pemasaran juga memberi kesan. Apabila perubahan zaman berlaku, maka ia juga memberi kesan kepada perubahan teknik pemasaran. Ianya menjadi semakin kompleks sehinggakan pada zaman sekarang ini, sifat kepenggunaan (buyers behaviors) boleh dimanipulasi untuk tujuan

pemasaran. Oleh kerana itu, wujudlah pelbagai jenis platform bagi menilai sifat kepenggunaan untuk menarik pelanggan terhadap servis dan produk yang diiklankan.

Dalam menangani cabaran zaman revolusi 4.0, usahawan tidak lagi boleh menggunakan konsep menunggu pembeli datang seperti mana yang sering berlaku di kebanyakan kedai fizikal yang sedia ada. Ketika artikel ini ditulis, dunia sedang menghadapi pandemik global “COVID 19” yang mengancam kesihatan dan ekonomi setiap negara yang berisiko. Hampir setiap hari kedengaran kes kematian dan kes jangkitan yang menghalang kebanyakan pembeli berpotensi untuk keluar membeli belah. Atas sebab kesihatan, dunia menjadi semakin pasif di mana setiap orang berada di rumah dan menjalankan hampir semua urusan melalui atas talian. Di atas faktor tersebut, lebih ramai usahawan tradisional mahu tidak mahu semakin bersedia untuk belajar menggunakan platform atas talian yang wujud untuk mencari dan mengenalpasti pasaran bagi meluaskan lagi ruang perniagaan mereka.

PLATFORM PERNIAGAAN ATAS TALIAN

Pada awal abad 2000, dua pasaran yang ada pada talian di Malaysia ketika itu hanyalah laman sesawang

Mudah.my (2007), dan Lelong.my(1998). Menerusi platform terbabit, penjual dan pembeli berkomunikasi di atas talian untuk urusan perniagaan. Ketika itu, penggunaan telefon pintar hampir tiada dan majoriti masih lagi bergantung kepada khidmat pesanan ringkas atau lebih dikenali sebagai SMS (Short Message Service) dan juga panggilan telefon untuk berkomunikasi. Platform yang wujud ketika itu hanyalah untuk menjadi medium interaksi antara penjual dan pembeli. Perniagaan atas talian wujud tanpa publisiti yang meluas kerana masyarakat ketika itu masih tidak yakin untuk menggunakan kaedah pembelian atas talian atas pelbagai faktor, contohnya keselamatan.

Menjelang tahun 2010, industri perniagaan atas talian kian mendapat tempat seiring dengan penggunaan telefon pintar. Hampir semua ciri yang ada pada komputer wujud pada telefon pintar sehinggakan manusia hampir boleh melakukan semua tugas hanya menggunakan telefon pintar termasuk sidang video maya (video conferencing). Pembelian menjadi semakin mudah melalui pelbagai aplikasi yang dilengkapi dengan ciri ciri keselamatan.

Terdapat juga platform lain yang digunapakai usahawan atas talian sejak tahun 2015 melalui penyedia perkhidmatan jualan atas talian

antarabangsa seperti Lazada dan juga Shopee. Pelbagai cara telah digunapakai bagi mengekalkan kesetiaan pelanggan terhadap platform ini. Sebagai contoh Lazada menggunakan konsep “wish cart” untuk memaparkan barangan yang menjadi pilihan pengguna di atas platform media sosial pengguna. Keadaan berbeza digunapakai oleh Shopee di mana platform ini menawarkan pengalaman pembelian secara maya (virtual shopping). Ia membolehkan pengguna memiliki pengalaman menggunakan produk terbabit.

Kebolegunaan platform pemasaran atas talian untuk pelbagai jenis perniagaan bergantung pada saiz perniagaan. Ia turut bergantung kepada kemampuan usahawan untuk menguasai pengetahuan dalam mengendalikan platform yang mereka pilih sebagai penjana pendapatan perniagaan. Bagi yang memiliki peruntukan perbelanjaan yang rendah dan takut akan risiko pemasaran yang tidak menjadi, media sosial yang banyak menjadi pilihan pengguna adalah seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan Telegram. Adalah menjadi satu kelebihan kepada usahawan yang memiliki kemahiran menulis dan bercerita yang baik dalam menggunakan platform media sosial ini sebagai cara untuk menarik perhatian masyarakat terhadap kemahiran yang mereka miliki melalui penulisan blog atau video pendek atau review produk.

Sebagai contoh, di dalam artikel ini juga, penulis ingin berkongsi sedikit sejarah beberapa pengasas usahawan atas talian yang berjaya mendapat tempat melalui platform sebegini. Kebanyakan dari mereka bermula dari langkah yang kecil yang hanya bermula dengan minat berkongsi cerita yang seterusnya mendorong mereka untuk terus maju ke depan.

Datin Vivy Yusof dikenali sebagai pengasas jenama tudung DUCK di atas platform FashionValet memulakan asas perniagaan beliau melalui penulisan blog . Semasa zaman persekolahan, beliau aktif menulis blog dan berjaya mendapatkan sejumlah pelawat blog yang suka membaca penulisan beliau. Minat beliau terhadap fesyen juga mendorong beliau untuk menulis tentang fesyen sehingga timbul idea beliau dan suami untuk menjadikan fesyen atas talian sebagai platform perniagaan. Boleh dikatakan hampir kebanyakan pembeli setia tudung DUCK beliau merupakan pengikut blog beliau yang setia

- Vivy Yusof

Irfan Khairi ketika berusia 25 tahun hanya seorang freelancer yang berkerja dari rumah. Sesudah beliau tamat pengajian pada zaman kegawatan ekonomi pada 1998, beliau membuat keputusan untuk meneroka lebih mendalam tentang kebolehan internet di dalam perniagaan. Pada ketika itu, beliau hanya bermula dengan idea menjual peta Malaysia untuk pengembara di luar negara melalui platform EBay dan Amazon. Sehingga kini Irfan Khairi dikatakan antara tokoh motivasi terkenal dalam perniagaan internet bertaraf global.

- Irfan Khairi

Syahmi Syazli mungkin layak dikatakan sebagai seorang Youtuber yang berjaya. Berlatarbelakangkan pengajian kejuruteraan elektrik, minat beliau terhadap penerbitan video pendek semasa di bangku pengajian diploma membuatkan beliau merasakan jiwa beliau ke arah pembikinan video melalui platform YouTube. Keterujaan pengikut beliau terhadap video terbitan melalui Drama Spontan hampir boleh dibuktikan dengan jumlah langganan dan view hit yang diperolehi setiap kali video baru dimuat naik oleh beliau. Sehingga kini langganan kepada Channel Youtube Syahmi Sazli sudah pun mencapai 2.17 juta.

- Syahmi Syazli

Ketigatigatokohyangdiceritakanolehpenulissebenarnya membuktikan semakin ramai pengikut, semakin tinggi nilai yang diberikan kepada pengasas produk. Kebanyakan platform yang digunakan oleh influencer media sosial adalah mengunapakai konsep semakin ramai pengikut atau follower, semakin tinggi nilai yang diletakkan ke atas pengasas yang secara langsung mendorong kepada peningkatan jualan produk.

Kesimpulannya, dalam mengharungi cabaran Revolusi Industri 4.0, usahawan masa kini sudah tidak boleh lagi hanya duduk diam menunggu rezeki datang bergolek. Teknik pemasaran sudah berubah dan mahu tidak mahu usahawan juga perlu untuk berubah supaya tidak ketinggalan untuk sama-sama mendapatkan manfaat dari ledakan teknologi yang sedang melanda dunia.