



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan

EDISI
24
MAY 2021 APRIL 2022

NO ISSN: ISSN: ISSN 1823-6421

BULETIN ADALAH HAK MILIK KEKAL MASMED UITM CAWANGAN TERENGGANU

Platform Jualan atas Talian

Nurul Najihah Binti Mad Rosni¹ Noor Syafiqah Binti Mohd Sabri²

¹Fakulti Kejuruteraan Awam, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Sarawak.

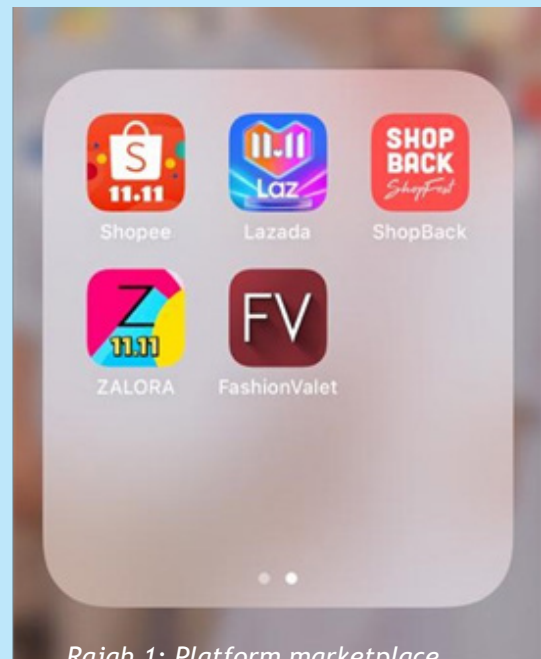
² Jabatan Ukur Bahan, Fakulti Senibina, Perancangan dan Ukur, Cawangan Sarawak

Koresponden: najihah558@uitm.edu.my

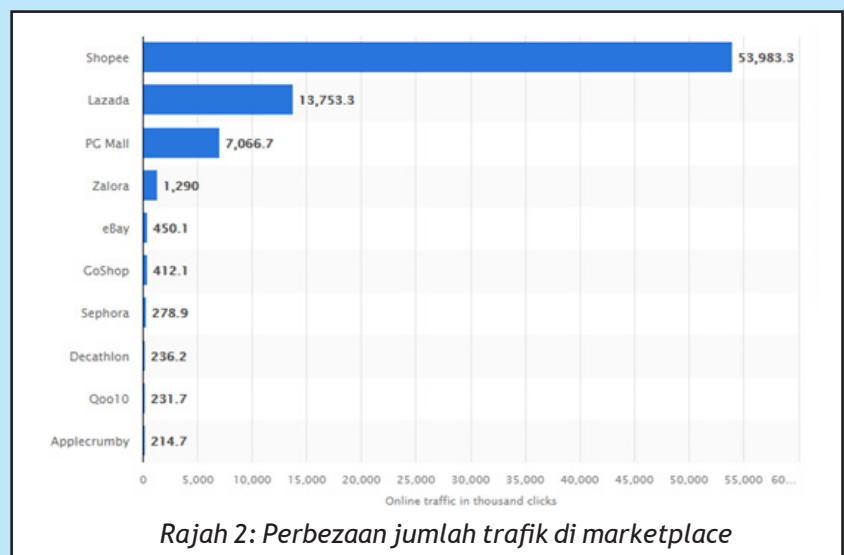
Perniagaan secara dalam talian bukanlah sesuatu yang baru bahkan kaedah perniagaan ini seperti cendawan tumbuh selepas hujan sejak pandemik covid-19 melanda dunia. Pelaksanaan tempoh perintah kawalan pergerakan (PKP) telah menyebabkan kebanyakan sektor ekonomi di Malaysia lumpuh. Oleh itu ramai peniaga beralih kepada pemasaran produk secara atas talian. Ditambah pula dengan peningkatan kos sara hidup pada masa kini, semakin ramai yang memilih untuk menjalankan perniagaan dalam talian untuk menjana pendapatan sampingan. Sesiapa sahaja boleh menjalankan perniagaan tanpa perlu mengeluarkan modal yang besar dan kaedah ini menawarkan risiko kerugian yang sangat minimum. Terdapat beberapa platform yang menjadi pilihan para peniaga antaranya marketplace, laman web e-dagang dan media sosial.

Marketplace

Marketplace adalah seperti sebuah pusat beli-belah atas talian, di mana ia berfungsi sebagai platform yang berperanan sebagai perantara antara penjual dan pembeli bagi memudahkan proses jual beli. Di Malaysia, terdapat beberapa platform marketplace yang menjadi pilihan para peniaga untuk membuat jualan atas talian seperti Shopee dan Lazada. Menurut Muller (2021), Shopee telah menerajui pasaran e-dagang Malaysia hingga suku kedua tahun 2021 sebagai marketplace yang paling banyak diklik di negara ini diikuti platform Lazada (**Rajah 2**). Jumlah trafik harian yang sangat tinggi memudahkan peniaga memasarkan produk mereka di marketplace. Selain itu, setiap marketplace ini mempunyai ciri-ciri dan kelebihan yang berbeza. Antara ciri-ciri yang perlu ada bagi sebuah marketplace adalah peniaga boleh memaparkan produk yang dijual, kaedah pembayaran yang mudah dan urusan jualan yang sistematik. Peniaga yang ingin memulakan perniagaan boleh mempertimbangkan kedua-dua platform ini kerana pendaftaran akaun adalah percuma dan peniaga boleh memasukkan seberapa banyak produk secara percuma. Peniaga hanya akan dikenakan caj apabila berjaya membuat jualan.



Rajah 1: Platform marketplace



Rajah 2: Perbezaan jumlah trafik di marketplace

Sumber : <https://www.statista.com/statistics/869640/malaysia-top-10-e-commerce-sites/>

Laman Web e-Dagang

Selain daripada menggunakan platform marketplace sedia ada, peniaga juga boleh membina laman web perniagaan sendiri. Pada masa dahulu, membina laman web untuk perniagaan memerlukan kos yang agak tinggi sehingga mencecah ribuan ringgit. Kos tersebut belum termasuk kos untuk mendapatkan domain (alamat laman web) dan hosting (penyimpanan fail dan data). Walau bagaimanapun, membina laman web pada masa kini lebih mudah dengan adanya pelbagai platform seperti Shopify, Wix, Squarespace dan banyak lagi. Setiap platform mempunyai kelebihan dan kekurangan yang tersendiri.

Peniaga perlu membuat pilihan yang bijak untuk memilih platform yang terbaik untuk membina laman web mereka. Platform Wix sesuai bagi peniaga yang baru berjinak-jinak dengan perniagaan atas talian kerana peniaga boleh bermula secara percuma. Antara lain kelebihan Wix adalah kepelbagaian tema, terdapat banyak kaedah pembayaran dan pelbagai pilihan aplikasi [2]. Malangnya Wix tidak mempunyai banyak ciri yang menarik seperti yang terdapat pada platform lain. Wix mungkin bukan pilihan yang terbaik untuk membina laman web e-dagang tetapi ia sesuai untuk peniaga yang ingin memulakan perniagaan mereka.

Selain itu, platform Shopify juga merupakan antara platform e-dagang yang terbaik kerana menawarkan banyak kelebihan untuk mengembangkan perniagaan atas talian. Antara ciri-ciri yang ada pada Shopify adalah percubaan percuma selama 14 hari, sesuai untuk semua jenis perniagaan, pembukaan profil dan akaun pelanggan, pilihan pembayaran yang bersepadu, pelbagai plugin tersedia untuk dipilih, tiada had untuk pesanan, produk dan penyimpanan fail serta banyak lagi.[3] [2]. Ramai antara usahawan yang menggunakan platform ini untuk membina laman web bagi memasarkan produk mereka. Kaedah pemasaran yang berkesan mampu meningkatkan jumlah pengunjung ke laman web perniagaan.

Media Sosial

Malaysia mencatatkan sebanyak 28 juta pengguna media sosial semenjak pandemik Covid-19 melanda negara ini[4]. Antara platform media sosial yang menjadi pilihan rakyat Malaysia adalah Instagram, Facebook, Tiktok dan Twitter. Seseorang yang mempunyai jumlah pengikut yang ramai boleh memanfaatkannya dengan mempromosikan produk jualan mereka. Manakala, peniaga yang baru di media sosial mungkin memerlukan masa untuk membina pengikut sendiri. Oleh itu, peniaga boleh mengupah influencer untuk mempromosikan produk

dan halaman mereka. Produk yang dipaparkan di media sosial perlulah mempunyai gambar dan kapsyen yang menarik.



Rajah 3: Media Sosial

Justeru itu, peniaga perlu memanfaatkan kesemua platform ini supaya dapat membantu meluaskan perniagaan dan memperkukuh prospek pasaran digital. Ia juga merupakan keperluan pada masa ini kerana jualan atas talian semakin mendapat tempat dikalangan pembeli.

Rujukan

- [1] J. Muller, "Top 10 e-commerce sites in Malaysia as of 2nd quarter 2021, by monthly traffic," Statista, 2021. Dimuat turun pada 3 November 2021 daripada <https://www.statista.com/statistics/869640/malaysia-top-10-e-commerce-sites/>
- [2] R. Carter, "15 Platform E-dagang Terbaik untuk Perniagaan Kecil pada tahun 2021," ecommerce platforms, 2021. Di muat turun pada 4 November 2021, <https://ecommerce-platforms.com/ms/ecommerce-resources/best-ecommerce-platform-for-small-business>
- [3] K. K., "7 Platform E-dagang Terbaik pada tahun 2021: Wix vs Shopify vs BigCommerce vs Square Online vs Ecwid vs Squarespace vs Big Cartel," ecommerce platforms, 2021. Di muat turun pada 4 November 2021 daripada <https://ecommerce-platforms.com/ms/articles/top-6-ecommerce-platform-reviews-2012-shopify-volusion-bigcommerce-magento-bigcartel-3dcart>
- [4] "Malaysia ada 28 juta pengguna media sosial," Di muat turun pada 22 Sep. 2021, daripada <https://www.bharian.com.my/bisnes/teknologi/2021/09/867407/malaysia-ada-28-juta-pengguna-media-sosial>