

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan

EDISI 25

ISSN 1823-6421



Strategi Pemasaran Usahawan Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS) Di Era Endemik

1Mohd Aidil Riduan Awang Kader^{1*}, Musramaini Mustapha¹, dan Suhanom Mohd Zaki¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA PAHANG, Cawangan Jengka

*Koresponden: aidilriduan@uitm.edu.my

Pengenalan

Perusahaan kecil dan sederhana (PKS) adalah suatu entiti perniagaan yang berdaftar di bawah Suruhanjaya Syarikat Malaysia atau badan-badan yang sama taraf dengannya. Di dalam sektor pembuatan, firma dengan jualan di bawah RM50 juta atau pekerja sepenuh masa di bawah 200 didefinisikan sebagai PKS sementara dalam sektor perkhidmatan dan lain-lain, firma dengan jualan tahunan di bawah RM20 juta atau pekerja sepenuh masa di bawah 75 tahun ditakrifkan sebagai PKS. Di Malaysia, pandemik Covid-19 turut menjejaskan ekonomi dengan teruk, terutamanya semasa tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) menyebabkan ekonomi Malaysia menguncup 17.1% pada suku kedua 2020. PKP telah memperlahankan aktiviti ekonomi di beberapa bidang, khususnya sektor PKS, disebabkan kekurangan permintaan dan masalah mendapatkan bekalan. Jabatan Perangkaan Malaysia mendapati pada fasa kedua dan keempat PKP, lebih dua pertiga responden melaporkan tiada punca pendapatan. Memandangkan PKS dilihat sebagai tulang belakang ekonomi negara, kerajaan telah melaksanakan beberapa kaedah untuk membantu mereka, seperti melanjutkan moratorium dan menyediakan bantuan gaji pekerja secara bersasar.

Kepentingan Strategi Pemasaran Yang Berkesan

Covid-19 mengubah teknik pemasaran semasa pandemik Covid-19 dan endemik. Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) menentukan bila dan jenis perniagaan yang boleh beroperasi dalam tempoh PKP. Selepas tempoh pandemik sekarang ini berakhir, kebanyakan pemilik perniagaan di negara kita akan terus menggunakan pemasaran internet. Ini kerana wujudnya beberapa kepentingan seperti:

1) Perubahan gaya hidup pengguna yang banyak menggunakan media sosial. Maka pengguna lebih menerima pemasaran melalui media sosial. Platform ini membantu PKS memperoleh pelanggan baharu dengan pantas dan mengekalkan pelanggan sedia ada.

2) Insentif kerajaan untuk menggalakkan pembelian dan penjualan melalui platform e-dagang. Kerjasama dengan pihak swasta melalui inisiatif "Shop Malaysia Online" untuk memacu e-dagang dan perniagaan dalam talian. Kod promosi dan pelbagai baucar diskaun akan diberi melalui platform e-dagang.

3) Menurut statistik, usahawan di era PKP dan pasca PKP banyak menggunakan aplikasi digital untuk mengekalkan perniagaan mereka. Sebagai contoh, wabak Covid-19 telah mengubah kehidupan pengguna. Dengan membuat video secara langsung dan berinteraksi dengan pelanggan tentang produk dan perkhidmatan mereka boleh meningkatkan jualan.

4) Kesedaran terhadap pemasaran digital sudah wujud dan telah mendapat tumpuan rakyat Malaysia. Seperti penggunaan e-dompot, pay pal dan Touch n Go ini, pengguna akan mendapat 'cashback' setelah melakukan pembelian di kedai-kedai terpilih melalui aplikasi tersebut.

Strategi Pemasaran Yang Boleh Diambil Oleh Usahawan Pks Di Era Endemik

Terdapat pelbagai strategi yang boleh digunakan oleh usahawan PKS untuk terus bertahan dan berdaya saing dalam era endemik seperti:

1) Meyakinkan pelanggan

Pelanggan adalah aset utama firma dan sumber pendapatan bagi usahawan PKS. Siapa usahawan tanpa pelanggan? Usahawan harus menggunakan media sosial dengan lebih kerap untuk mengemas kini data pelanggan semasa dan bakal pelanggan tentang produk dan promosi baharu. PKS juga boleh menggunakan media sosial untuk bertanya khabar dan mengiklankan produk terbaru mereka.

2) Usahawan PKS perlu kreatif

Strategi pemasaran yang unik boleh membezakan PKS daripada pesaing. Ia juga boleh menarik pengguna baharu dan memastikan perniagaan terus berkembang semasa tempoh pandemik dan endemik. Mulakan dengan memasarkan barangan unik yang tidak ditemui di pasaran dan beraloi untuk dibeli untuk pelanggan, seperti produk pasang siap yang boleh dibuat di rumah dengan bantuan video, produk penjagaan diri yang boleh dipantau oleh usahawan secara berkala dengan bantuan "sokongan kumpulan" dan banyak lagi.

3) Memaksimumkan kelebihan media sosial

Pada tahun 2020, 86% rakyat Malaysia, atau 28 juta orang, aktif di media sosial (BH Online, 2021). Ini adalah peluang yang hebat untuk usahawan PKS bagi mempromosikan produk mereka. Menggunakan siaran tajaan atau pengiklanan berbayar, menyiarkan promosi dengan lebih kerap, mengadakan peraduan dalam talian dan membuat promosi pada masa tertentu adalah beberapa contoh yang boleh dilakukan.

4) Bina perhubungan perniagaan maya dengan pelanggan

Walaupun ianya sukar dilakukan di alam maya namun ianya penting terutama untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Interaksi secara kerap dapat mengeratkan hubungan dengan pelanggan dan usahawan harus meletakkan dirinya di kedudukan pengguna bagi menyelami perasaan pelanggan jika berlaku sebarang masalah atau ketidakpuasan terhadap sesuatu produk yang dijual. Ini seterusnya dapat mengawal kualiti produk yang dihasilkan dengan mengambil kira kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya, usahawan PKS seharusnya menggunakan strategi pemasaran yang sesuai untuk kekal berdaya tahan dan berdaya saing dalam endemik ini. Peningkatan penggunaan teknologi digital, terutamanya media sosial, boleh membantu operasi pemasaran dan promosi. Jadi usahawan PKS harus menggunakan peluang ini untuk mengembangkan perniagaan seterusnya meningkatkan jualan.

Rujukan

- [1] BH Online (2021). Malaysia ada 28 juta pengguna media sosial. <https://www.bharian.com.my/bisnes/teknologi/2021/09/867407/malaysia-ada-28-juta-pengguna-media-sosial>
- [2] Utusan Online (2021). Pengukuhan strategi pemasaran era endemik. <https://www.utusan.com.my/ekonomi/2021/10/pengukuhan-strategi-pemasaran-era-endemik/>
- [3] Bernama (2020). Anjakan pemasaran dan gaya hidup pengguna dalam norma baharu. <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1852380>
- [4] SME Corp Malaysia (2016). Definisi PKS. <https://www.smecorp.gov.my/index.php/my/polisi/2020-02-11-08-01-24/sme-definition>



Penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produk oleh usahawan PKS

Sumber: https://www.hmetro.com.my/bisnes/2021/01/664332/perniagaan-dalam-talian-tumbuh-esat?fbclid=IwAR2QpS_GTWxvYUWQxbX3jmhQmAl-anUL-v1togOSmdnyU14QuRF274ZHcx4