



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan



BULETIN ADALAH HAK MILIK KEKAL MASMED UiTM CAWANGAN TERENGGANU

KEPENTINGAN PENDIGITALAN KEPADA USAHAWAN

Norulhuda Tajuddin¹, Siti Hasziani Ahmad¹, Ina Murni Hashim¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Pahang [Kampus Raub], Pahang.

*Koresponden: alhudatajuddin583@uitm.edu.my

Tahun 2022, pendigitalan menjadi semakin di dalam dunia perniagaan. Usahawan yang mengambil tahu cara bagaimana pendigitalan berfungsi, pasti mengetahui kebaikan dan manfaat mengenainya. Malah dengan adanya pelbagai platform sosial media seperti Facebook, Twitter, TikTok dan sebagainya, ini membolehkan pendigitalan disasarkan kepada semua lapisan umur. Sebagai contoh, Facebook lebih kenali dan popular di kalangan orang berumur manakala Twitter lebih digemari oleh golongan remaja. Maka, peluang untuk pendigitalan tidak terhad kepada umur usahawan tertentu. Ia bergantung kepada keinginan mereka sendiri untuk meneroka peluang melalui media digital.

Melalui pendigitalan, cara peluang perniagaan ditemui dan juga dieksploitasikan telah berubah. Secara umumnya, keusahawanan digital merujuk kepada usaha niaga yang baharu serta mengubah perniagaan yang sedia ada dengan mencipta atau menggunakan teknologi digital [1]. Sebagai contoh, pengiklanan kini tidak terhad kepada cetakan sahaja malah dipelbagaikan kepada jenis media yang lain seperti video.

Di Malaysia, kerajaan mengambil serius akan usaha pendigitalan ini. Ini dapat dilihat melalui usaha SME Corp menyarankan kepada para usahawan untuk meneroka aktiviti pendigitalan yang boleh memberikan kelebihan dalam persaingan dan meningkatkan keuntungan [2]. Antara aktiviti yang direncanakan oleh SME Corp adalah seperti Minggu PKS Kebangsaan 2021, Portal MyAssist MSME, Tunas Usahawan Belia Bumiputera (TUBE) dan pameran SMIDEX yang diadakan setiap tahun untuk memastikan maklumat mengenai strategi terkini perniagaan terutamanya boleh dilaksanakan.

Pandemik Covid-19 yang telah melanda seluruh Malaysia telah menghambat kesemua para usahawan untuk menceburi usaha pendigitalan ini. Kementerian Komunikasi dan Multimedia melalui program Pusat Ekonomi Digital Keluarga Malaysia (PEDi) menyasarkan sehingga 800,000 usahawan kecil dan sederhana beralih kepada pendigitalan menjelang tahun 2025 [3].

Perniagaan pendigitalan boleh berlaku apabila usahawan mula menceburi perniagaan di atas talian. Usahawan atas talian menyediakan bahan-bahan yang berkaitan dengan perniagaan mereka seperti gambar produk, video, promosi dan sebagainya menjadi lebih menarik dan menyeronokkan. Melalui media digital ini, maklumat yang ingin disampaikan mengenai produk dan perniagaan tidak terhad jumlahnya. Oleh itu, maklumat yang lebih banyak boleh diberikan kepada pelanggan dan membantu membuat pilihan untuk membeli.

Kandungan digital juga dilihat mempunyai daya pujuk yang lebih berkesan berbanding dengan cara tradisional. Sebagai contoh platform TikTok, Instagram Reels dan YouTube Shorts yang menawarkan video pendek sangat bermanfaat untuk menyampaikan pesanan yang ringkas dan padat. Fungsi "FYP" atau "for your page" di TikTok membuatkan sesuatu video sering muncul memberi ingatan yang segar kepada pengguna tentang produk dan jenama.



Fungsi "live" atau langsung di Facebook atau Instagram membolehkan usahawan berinteraksi secara langsung dengan bakal pembeli. Di WhatsApp pula usahawan menggunakan kemudahan status untuk memaklumkan kepada senarai kenalan mereka tentang produk terbaru atau promosi menarik. Melalui kemas kini status, pelanggan yang berada dalam senarai kenalan akan mendapat maklumat terkini produk manakala kenalan yang belum lagi menjadi pelanggan mungkin akan berminat untuk membeli barangan tersebut dan akan cenderung untuk membalas status tersebut dengan tujuan untuk menanyakan hal yang berkaitan.

Sebagai kesimpulannya, pendigitalan ini adalah sangat diperlukan pada masa sekarang. Walaubagaimanapun, pelaburan bagi menjayakan pendigitalan bukanlah murah. Ini menjadi faktor utama mengapa kebanyakan pengusaha kecil tidak berminat untuk mencuba pendigitalan. Namun, pengusaha tidak boleh menolak secara mentah-mentah kepada usaha ini sebaliknya perlu bersedia untuk menambah kemahiran menggunakan media digital.

Rujukan

- [1] Ferreira, J.J.M., Fernandes, C.I. and Ferreira, F.A.F. (2019), "To be or not to be digital, that is the question: firm innovation and performance", *Journal of Business Research*, Vol. 101, pp. 583-590.
- [2] Berita Harian (2021). Usahawan Kecil Beralih Kepada Pendigitalan. Diakses dari <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2021/10/876359/usahawan-perlu-sedia-terima-pendigitalan-perniagaan-pada-8.2.2022>.
- [3] Utusan Malaysia (2021), Usahawan kecil beralih kepada pendigitalan. Diakses dari <https://www.utusan.com.my/terkini/2021/11/800000-usahawan-kecil-beralih-kepada-pendigitalan-menjelang-2025/> pada 8.2.2022.