

**FAKULTI PENGURUSAN DAN PERNIAGAAN
UITM CAWANGAN NEGERI SEMBILAN KAMPUS SEREMBAN**

ASPIRASI

EDISI 2, 2025

ISSN : 2735-0525

**GREEN IS THE NEW "GOLD":
PELABURAN ESG DALAM DUNIA
YANG SEMAKIN PANAS**

**SYED NORHAIMI SYED ZIN:
Mengubah Persepsi
Pertanian Malaysia**

**TRANSFORMASI PEMBELAJARAN
DALAM ERA DIGITAL**

**Generasi Z:
Merentas Evolusi
Pembelajaran dan Dunia
Pekerjaan**

INOVASI & STRATEGI DIGITAL: KUNCI DAYA SAING USAHAWAN KECIL

Iskandar Ariffin,
Mohd Elfee Ab Rashid,
Bashir Ahmad Shabir Ahmad

Pendahuluan

Uusahawan Kecil dan Sederhana (PKS) merupakan tunjang penting dalam pembangunan

ekonomi negara. Di Malaysia, PKS merangkumi lebih 97% daripada jumlah perniagaan berdaftar dan menyumbang secara signifikan terhadap Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) serta peluang pekerjaan. Dalam landskap perniagaan masa kini, teknologi digital telah mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan produk dan perkhidmatan. Jika dahulu pembeli



bergantung kepada kedai fizikal, kini mereka boleh membuat pesanan, pembayaran, serta menilai sesuatu produk hanya melalui telefon pintar. Oleh sebab itu, usahawan PKS perlu memahami serta menguasai pengurusan strategik untuk kekal relevan, berdaya saing, dan mampu berkembang bukan sahaja di pasaran tempatan malah ke peringkat antarabangsa.

Kepentiangan Pengurusan Strategi bagi PKS

Pengurusan strategik boleh ditakrifkan sebagai satu proses merancang, melaksanakan, dan menilai tindakan perniagaan untuk mencapai objektif tertentu. Ia bukan sahaja melibatkan perancangan kewangan, tetapi turut merangkumi pemasaran, operasi, inovasi, dan pembangunan sumber manusia.

Tanpa pengurusan strategik yang baik, PKS berisiko untuk tidak berkembang atau lebih buruk lagi terpaksa gulung tikar. Hal ini kerana dalam era digital, pelanggan mempunyai banyak pilihan dan boleh membuat perbandingan dengan mudah. Harga, kualiti, testimoni pelanggan, dan reputasi perniagaan dapat dilihat hanya dalam beberapa saat.

Sebagai contoh, kedai makan kecil yang hanya bergantung kepada pelanggan sekitar kawasan mungkin berdepan kesukaran apabila pesaing mula menggunakan aplikasi penghantaran makanan seperti **GrabFood**, **ShopeeFood**, dan **FoodPanda**. Tanpa strategi yang jelas, kedai tersebut akan kehilangan pelanggan kepada pesaing yang lebih pantas menyesuaikan diri dengan perubahan digital.

Strategi Digitalisasi PKS

Salah satu langkah strategik paling penting bagi PKS ialah mengaplikasikan digitalisasi dalam perniagaan. Digitalisasi bukan sahaja bermaksud menggunakan media sosial, tetapi melibatkan keseluruhan proses perniagaan.

Pemasaran Digital

Jika dahulu promosi dilakukan melalui risalah, poster atau papan iklan, kini strategi pemasaran beralih kepada platform digital seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Shopee Live. Melalui platform ini, usahawan boleh menargetkan kumpulan pelanggan yang lebih spesifik, mengurangkan kos promosi, dan meningkatkan keberkesanan kempen pemasaran.

Contohnya, seorang usahawan tudung di Kelantan berjaya menggandakan jualan dengan menggunakan TikTok Live. Beliau menyiarkan sesi jualan secara langsung, memberi penerangan tentang jenis kain, serta menawarkan promosi masa terhad. Strategi ini berjaya menarik bukan sahaja pelanggan tempatan, tetapi juga dari Singapura dan Brunei.

E-Dagang dan Platform Jualan

Selain pemasaran, strategi pengurusan digital juga melibatkan penggunaan platform e-dagang. PKS kini boleh berniaga di Shopee, Lazada, Zalora, atau Amazon untuk mencapai pasaran lebih luas. Dengan platform ini, usahawan tidak perlu bergantung sepenuhnya pada kedai fizikal.

Sebagai contoh, ketika pandemik COVID-19 melanda, ramai usahawan kecil terpaksa menutup kedai sementara. Namun, mereka yang pantas beralih kepada e-dagang berjaya mengekalkan aliran pendapatan. Syarikat kecil yang menjual kuih tradisional, misalnya, mula menjual produk mereka melalui Shopee. Hasilnya, pelanggan dari negeri lain yang sebelum ini tidak mengenali jenama mereka kini boleh membuat pesanan dengan mudah.

Sistem Pembayaran Digital

Kaedah pembayaran tanpa tunai seperti Touch'n Go eWallet, Boost, GrabPay, dan DuitNow QR juga merupakan strategi penting. Ia bukan sahaja memudahkan pelanggan, malah membolehkan peniaga menyimpan rekod transaksi dengan lebih sistematik. Rekod digital ini boleh digunakan untuk tujuan analisis kewangan serta memudahkan usahawan memohon pinjaman atau geran daripada institusi kewangan.

Inovasi sebagai Strategi PKS

Selain digitalisasi, inovasi juga menjadi sebahagian daripada pengurusan strategik. Inovasi tidak semestinya melibatkan teknologi canggih, tetapi boleh merujuk kepada cara baharu dalam menghasilkan produk, memberi perkhidmatan, atau menambah nilai kepada pelanggan.

Contohnya, seorang usahawan makanan tradisional di Johor mengubah cara penyajian kuih dengan pembungkusan moden yang lebih menarik serta mesra alam. Strategi ini bukan sahaja mengekalkan warisan makanan tradisional, tetapi juga berjaya menarik minat generasi muda yang lebih prihatin terhadap kelestarian alam sekitar.

Contoh Kejayaan PKS dalam Era Digital

ZUS Coffee adalah contoh PKS berjaya mengembangkan perniagaan melalui pemasaran digital. Bermula dengan kedai kecil di Kuala Lumpur, pemilik jenama ini menggunakan Instagram dan TikTok untuk sehingga berjaya menembusi pasaran luar negara seperti Singapura, Philipines dan Brunei. Selain itu PKS lain yang berjaya dalam era digital adalah

seperti Signature Market (Makanan Sihat & Lifestyle), Hermanos Tailors (Fesyen Custom), Maryam Patisserie (Kek & Pastri Online), Inside Scoop (Ais Krim Tempatan Premium) dan Kaison (Dekorasi Rumah & Lifestyle). Kejayaan ini membuktikan bahawa PKS yang mengamalkan pengurusan strategik berasaskan digital mampu bersaing dengan jenama antarabangsa.

Cabaran dalam Pengurusan Strategik PKS

Walaupun strategi digital dan inovasi membuka peluang besar, PKS tetap berdepan pelbagai cabaran.

Kekurangan pengetahuan teknologi

Ramai usahawan kecil masih kurang mahir menggunakan platform digital dengan efektif.

Modal terhad

Peralihan kepada digital memerlukan kos tertentu seperti pembelian peralatan, langganan sistem, atau kos pemasaran dalam talian.

Persaingan sengit

PKS bukan sahaja bersaing sesama sendiri, tetapi juga dengan syarikat besar yang mempunyai sumber lebih kukuh.

Namun, cabaran ini boleh diatasi dengan bijak. Kerajaan Malaysia menyediakan pelbagai bentuk bantuan seperti Geran Digitalisasi PKS di samping pelbagai kursus latihan keusahawanan digital ditawarkan oleh agensi seperti SME Corp, MARA, dan TEKUN bagi membimbing usahawan tempatan.

Kesimpulan

Kesimpulannya, pengurusan strategik merupakan elemen penting yang menentukan kejayaan PKS dalam era digital. Dengan perancangan yang teliti, pengurusan strategi yang menyeluruh, serta kesediaan untuk berubah, usahawan kecil dan sederhana boleh mengatasi cabaran persaingan global. Era digital bukan lagi pilihan tetapi satu keperluan. Usahawan yang berani melaksanakan strategi digitalisasi, inovasi, dan pengurusan kewangan yang cekap akan lebih mudah menembusi pasaran yang luas. Jika PKS Malaysia terus melangkah ke arah pengurusan strategik yang mampan, tidak mustahil lebih banyak jenama tempatan mampu berdiri sama tinggi dengan syarikat antarabangsa.