

APB Rembau e-Bulletin

e-ISSN: 2682-776X

Edition: 14/2024

EDITORIAL BOARD

PATRON

Prof. Dr. Yamin Yasin

COORDINATOR

Prof. Madya Dr Norwati Hj Roslim

CHIEF EDITOR

Assoc. Prof. Dr. Soo Kum Yoke, Carolyn

EDITORIAL COMMITTEE

Khairon Nisa Shafeei

Shahrul Muhazad Shahrudin

Nadiah Yahyauddin

IN THIS ISSUE:

- * Fun With Language
- * Written Articles
- * APB Rembau Activities
(March to October 2024)

FAKTOR PENINGKATAN JUALAN MELALUI PENSTRIMAN LANGSUNG TIKTOK

Ditulis oleh Normaziah Abdul Rahman,
Rozianiwati Yusof, Nor Azlina Aziz
Fadzillah, Norhafizah Hashim Sri
Yusmawati Mohd Yunus

Dengan kehadiran teknologi yang terus berkembang, banyak aktiviti dapat dijalankan secara dalam talian pada setiap masa dan di mana-mana sahaja. Antara aktiviti yang dijalankan seperti membeli-belah, penyebaran ilmu pendidikan dan ulasan mengenai sesuatu produk. Dengan perubahan cara hidup, banyak perniagaan telah beralih daripada cara tradisi kepada dalam talian dengan menggunakan media sosial bagi mempromosi dan menjual sesuatu produk. Mutakhir ini, peniaga berlumba-lumba mempelajari kaedah-kaedah terkini yang boleh dijalankan di platform digital.

Kaedah penstriman langsung kini sudah menjadi trend yang semakin berkembang pesat untuk tujuan pemasaran dan penjualan sesuatu produk. Kemeriahan pemasaran di media sosial seperti TikTok dan Shopee, menyaksikan perang pemasaran secara penstriman langsung yang sengit di kalangan pengusaha dan peniaga. Malah, penyertaan yang menggalakkan di kalangan warga digital bagi mempelbagaikan aktiviti dalam talian

ini juga menjelaskan kredibiliti pemasaran dari perspektif masyarakat kini.

Seperti yang diketahui, TikTok merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh pelbagai lapisan umur masyarakat bermula daripada golongan muda sehingga golongan dewasa. Ini kerana aplikasi TikTok menawarkan hal pengalaman yang berbeza jika dibandingkan dengan media sosial yang lain, di mana TikTok membenarkan pengguna untuk menonton video-video pendek dalam tempoh 15 saat hingga 3 minit melalui *For Your Page (FYP)*. Secara umum, video lebih menarik perhatian warga digital. Oleh itu, peniaga dapat meningkatkan interaksi bersama penonton melalui pelbagai promosi secara masa nyata.



Gambar 1 : Logo Penstriman Langsung
TikTok

Kehebatan kedai TikTok dalam membantu mempromosikan jualan pelbagai produk telah dapat dibuktikan dengan lahirnya ramai usahawan dalam talian melalui aplikasi itu, dan kesinambungannya makin meningkat. Sebagai contoh, pempengaruh media sosial dan usahawan, Khairul Aming

Kamarulzaman telah berkongsi mengenai kejayaannya dalam menjana hasil jualan purata mencecah hampir RM200,000 dalam masa satu jam semasa sesi *TikTok LIVE* dijalankan.

Pada masa kini, semakin banyak peniaga memilih ruangan penstriman langsung TikTok ini untuk meningkatkan prospek jualan. Antara faktor yang dikenal pasti dapat membantu meningkatkan potensi jualan adalah:

1. Kewujudan 'Beg Kuning'

Proses membuat keputusan dan menterjemahkan minat terhadap sesuatu produk itu menjadi lebih pantas dengan kewujudan 'Beg Kuning' menerusi platform kedai TikTok. Strategi ini boleh menukar sifat seseorang daripada minat kepada tindakan, ditambah pula dengan cara membuat pembelian yang lebih mudah, tanpa perlu banyak klik. Ini dapat menggalakkan komuniti dalam kedai TikTok menyempurnakan hajat membeli mereka pada kadar yang tinggi tanpa perlu keluar dari aplikasi tersebut.

Kepekaan kedai TikTok dalam memudahkan urusan pembelian ini merupakan kunci penting dalam menjaga hubungan mesra di antara peniaga dan pembeli, seterusnya membantu merencanakan potensi jualan.



Gambar 2 : 'Beg Kuning' di dalam kedai TikTok

2. Demonstrasi Produk

Kedai TikTok mempunyai ciri yang unik dan berbeza berbanding platform lain yang mana ia menawarkan demonstrasi terbuka kepada pengguna. Ia memberi peluang kepada prospek pembeli untuk menonton segala penerangan, pengenalan dan demonstrasi produk yang dilakukan oleh peniaga dalam talian semasa kempen penstriman langsung diadakan. Melalui input dan demonstrasi yang bersesuaian dengan potensi sesebuah produk, ia dapat memberi gambaran yang lebih baik tentang keberadaan produk tersebut untuk penilaian penonton. Ini akan menarik lebih ramai penyertaan dan membuka potensi pasaran yang lebih meluas.

Ini kerana melalui sesi penstriman langsung, peniaga dapat berhubung terus dengan para pembeli yang memerlukan bantuan dari segi pemilihan saiz, warna dan

pelbagai pertanyaan lain tanpa perlu mengambil masa yang lama untuk mendapatkan maklum balas. Demonstrasi yang informatif telah terbukti menjana pembelian yang efektif.

3. Tawaran Harga Promosi, Baucar dan Hadiah Percuma

Pemasaran secara penstriman langsung ini juga membuka peluang kepada prospek pembeli untuk membeli produk yang diperkenalkan dengan tawaran harga yang lebih murah dari kebiasaan. Di samping itu, pelbagai hadiah percuma, baucar dan sebagainya turut ditawarkan. Ini bertujuan untuk merangsang lebih banyak pembelian di samping menjana pangkalan data pembeli dan meningkatkan kredibiliti kedai dalam talian dalam jangka masa panjang untuk tujuan pasaran. Dengan ini, kedai dalam talian akan lebih popular dan mudah untuk dicari oleh pengguna lain.

4. Keselamatan Transaksi dan Logistik

Kemudahan yang menawarkan jaminan transaksi yang lebih selamat dan efisien turut menyumbang kepada penambahan pembeli dalam pasaran. Aplikasi kedai TikTok

mendominasi pasaran di Malaysia dengan menawarkan jaminan transaksi dan logistik yang mudah dan selamat di antara peniaga dan pembeli. Ia menjadi faktor yang menyokong dalam memudahkan lagi aktiviti penstriman langsung dalam mencapai sasaran dengan lebih efektif.

Kesemua faktor ini sangat sesuai dengan strategi penstriman langsung perniagaan. Dengan kewujudan 'beg kuning', demonstrasi produk dan komunikasi yang efektif, ditambah lagi dengan penawaran harga promosi, baucar atau hadiah percuma, pembeli hanya perlu membuat pesanan secara terus dan menunggu ia sampai ke pintu rumah. Kini, ia sudah menjadi norma biasa, mudah untuk pembeli membuat pembelian setiap hari berdasarkan bajet, kehendak dan pilihan masing-masing. Justeru itu, atas sambutan luar biasa daripada pembeli, serta impak jualan yang menggalakkan di platform TikTok, ia telah menarik lebih ramai peniaga untuk mempraktikkan kaedah penstriman langsung sebagai strategi kreatif dan berkesan serta dapat memperluaskan skop perniagaan yang sedia ada.



Rujukan :

Akmal Arfan, and Ammar Redza Ahmad Rizal, and Kawuryan, Megandaru W. (2023) *Komunikasi nilai-kepercayaan di media sosial: analisis terhadap kesan mempengaruhi di platform TikTok*. Jurnal Komunikasi ; Malaysian Journal of Communication, 39 (4). pp. 428-444. ISSN 0128-1496

Digital 2022: Malaysia — DataReportal – Global Digital Insights. (2024). <https://datareportal.com/reports/digital-2024-malaysia>

Dilon, C. (2020). Tiktok Influences on Teenagers and Young Adults Students: The Common Usages of The Application Tiktok. <http://asrijetsjournal.org>

Liu, F., Wang, Y., Dong, X., & Zhao, H. (2022). Marketing by live streaming: How to interact with consumers to increase their purchase intentions. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.933633>

Sinar Harian. (29 September 2023). TikTok Shop terus membina ekonomi e-dagang negara. Bahan diakses daripada <https://www.sinarharian.com.my/article/281563/berita/nasional/tiktok-shop-terus-membina-ekonomi-e-dagang-negara>