

**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**



NORHANIZA MD AKHIR,
TENGKU SHARIFELEANI
RATUL MAKNU,
ZAIDATULHUSNA MOHD
ISNANI,
HILWANA ABD KARIM,
NUR ALIA AMIRNORDIN

Penulis

MENERJAH DUNIA DIGITAL: PEMASARAN DIGITAL YANG ANDA PERLU TAHU

Sejak pandemik COVID-19 pada tahun 2020, corak tingkah laku pengguna di Malaysia berubah dengan ketara. Hari ini, 97.4% rakyat Malaysia menggunakan internet, dan 62.9% membuat carian dalam talian sebelum membeli. Ini bermakna pelanggan anda sedang mencari produk atau perkhidmatan sepertimana yang anda tawarkan—setiap hari, secara online.

Lebih penting lagi, dunia pemasaran digital terus berkembang dengan pesat. Dari penggunaan AI dalam SEO, hingga kemunculan pelbagai platform baharu setiap tahun, perniagaan yang gagal menyesuaikan diri berisiko ketinggalan jauh.

Dalam dunia serba digital hari ini, pemasaran bukan lagi sekadar menyebarkan mesej tanpa arah. Ia menuntut kreativiti, analisis data yang tepat, dan strategi yang terancang. Pemasaran digital boleh dianggap sebagai evolusi daripada kaedah tradisional, yang kini diperkukuh dengan kelebihan teknologi—seperti keupayaan menjejak tingkah laku pengguna dan mensasarkan audiens secara spesifik.

Kini, hampir semua perniagaan sudah terlibat dalam pemasaran digital dalam pelbagai bentuk — sama ada melalui laman web, Facebook, TikTok, atau sekurang-kurangnya dengan kehadiran di Instagram. Persoalannya, adakah anda benar-benar memahami skop penuh pemasaran digital dan bagaimana ia mampu membawa perubahan besar kepada perniagaan anda?

Kenapa Pemasaran Digital Penting?

1. Semua orang ada akses di online
97% rakyat Malaysia menggunakan internet setiap hari.
 2. Kos lebih berpatutan
Lebih murah daripada iklan tradisional, sesuai untuk semua bajet.
 3. Target pelanggan tepat
Iklan boleh disasarkan terus kepada golongan yang berminat.
 4. Mudah diukur
Setiap klik, like, dan pembelian boleh dianalisis untuk lihat keberkesanan.
 5. Bina hubungan jangka panjang
Media sosial & e-mel bantu bina kepercayaan serta kesetiaan pelanggan.
- Ringkasnya, pemasaran digital penting kerana ia membuka peluang yang luas, kos efektif, dan beri kawalan penuh kepada anda untuk berkembang bersama pelanggan dalam dunia online.





Apa itu Pemasaran Digital?

Pemasaran digital merujuk kepada penggunaan teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan alat digital lain untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan kepada pelanggan.

Secara ringkasnya, pemasaran digital ialah segala aktiviti pemasaran yang menggunakan platform dan saluran digital untuk berhubung dengan pelanggan.

Ini termasuk pemasaran melalui laman web, media sosial seperti laman web dan blog, enjin carian (Google, Bing), media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, X), e-mel & WhatsApp Business, iklan dalam talian dan aplikasi mudah alih yang lain.

Jika dibandingkan dengan pemasaran tradisional yang bergantung kepada media cetak, radio atau televisyen, pemasaran digital memberi kelebihan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan dan mengukur keberkesanan kempen secara tepat.

Strategi Pemasaran Digital yang Bijak

Dalam dunia digital yang pantas berubah, kejayaan pemasaran memerlukan strategi yang jelas dan terarah.

Strategi pemasaran digital ibarat peta perjalanan yang membimbing perniagaan mencapai matlamat melalui saluran digital.

Untuk memastikan perjalanan ini berjaya, terdapat faktor-faktor penting yang mesti diberi perhatian.

Strategi pemasaran digital yang baik mestilah berfokuskan pelanggan, berasaskan data, konsisten, kreatif, serta fleksibel dengan perubahan trend.

Strategi pemasaran digital yang bijak merangkumi memahami audiens, menetapkan objektif yang jelas, memilih platform yang tepat, menghasilkan kandungan berkualiti (termasuk video dan kandungan interaktif), menggunakan teknologi AI untuk peribadatan, menggunakan iklan berbayar seperti Google Ads dan Meta Ads, serta sentiasa mengukur dan menganalisis hasil untuk penambahbaikan berterusan.

Matlamat Pemasaran Digital

Kalau dulu pemasaran hanya bergantung pada risalah, papan iklan, atau iklan TV, kini segalanya berubah. Pemasaran digital hadir sebagai 'senjata' baru yang bukan sekadar untuk mempromosi produk atau perkhidmatan, tetapi lebih daripada itu.

Apa sebenarnya matlamatnya?

Dekat dengan pelanggan – bukan sekadar jual, tapi bina hubungan yang lebih rapat dan mesra.

Bina keyakinan jenama – supaya orang kenal, percaya, dan setia dengan produk kita.

Gunakan data dengan bijak – fahami apa yang pelanggan suka, tarik perhatian mereka, ajak berinteraksi, dan akhirnya dorong mereka buat pembelian.

Pendek kata, pemasaran digital ini adalah gabungan strategi, teknologi, dan kreativiti. Bila kena caranya, ia boleh jadi kelebihan besar yang buat perniagaan anda bukan sekadar nampak relevan, tapi sentiasa selangkah ke depan berbanding pesaing.



Pemilihan Platform Digital yang Sesuai

Dalam ekosistem digital yang semakin berkembang, terdapat pelbagai saluran yang boleh dimanfaatkan untuk tujuan promosi dan interaksi bersama pelanggan. Setiap platform mempunyai ciri dan kekuatan tersendiri—contohnya media sosial berfungsi sebagai ruang membina komuniti dan kesedaran jenama, manakala enjin carian dan laman web lebih sesuai untuk meningkatkan keterlihatan produk serta menjana prospek baharu. Strategi pemasaran digital yang berkesan bergantung kepada pemilihan dan penggunaan platform yang tepat.

Oleh itu, strategi yang berkesan memerlukan analisis terhadap sasaran audiens, jenis perniagaan, serta objektif pemasaran supaya pemilihan platform benar-benar memberi impak positif terhadap pertumbuhan perniagaan.

Enam Jenis Pemasaran Digital yang Utama:

1. Pemasaran Enjin Carian (SEM)

Search Engine Marketing, disingkat SEM, adalah sebuah strategi pemasaran untuk meningkatkan visibiliti sebuah laman web di halaman mesin pencarian seperti Google.

Singkatnya, SEM dapat diertikan sebagai kegiatan membeli trafik dengan membayar mesin pencari seperti Google. Pemasaran yang menggunakan SEM akan melakukan personalisasi terhadap profil sasaran pasaran yang diinginkan. Maka, SEM dianggap sangat efektif sebagai alat pemasaran digital. Ianya termasuklah SEO dan PPC.

SEM ini termasuklah:

Pengoptimuman Enjin Carian (Search Engine Optimization / SEO)

SEO membantu meningkatkan kedudukan laman web dalam hasil enjin carian secara organik melalui penstrukturan kandungan dan laman web yang strategik.

Bayar per Klik (Pay-per-click / PPC)

Ini adalah bentuk pengiklanan dimana pelabur membayar setiap kali iklan diklik. Ia membantu mendapatkan visibiliti segera dan menarik trafik sasaran secara langsung.



2. Perhubungan Awam Digital (Digital Public Relation)

Meningkatkan kredibiliti dan imej melalui ulasan pihak ketiga, siaran media, blog, dan hubungan dengan influencer. Juga menyokong SEO melalui backlink.

3. Pemasaran Rakan Kongsi (Affiliate Marketing)

Pemasaran afiliasi, juga dikenali sebagai pemasaran influencer, melibatkan kolaborasi dengan pakar industri atau 'influencer' dalam talian untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan. Mereka berkongsi melalui pos, blog atau video dan menerima bayaran atas usaha mereka.

4. Iklan Paparan (Display Advertising)

Iklan berformat visual—seperti banner dan video—yang dipaparkan di laman web dan aplikasi untuk memperkukuh kesedaran jenama.

5. Pemasaran melalui E-mel (Email Marketing)

Walaupun media sosial dan aplikasi semakin popular, pemasaran e-mel tetap berkesan. Isebahagian daripada strategi kandungan dan membolehkan penjejakan terbuka (open rates) serta kadar klik (click-through rates) dianalisis untuk penyampaian yang lebih tepat.

6. Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing)

Menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain untuk mencapai dan berinteraksi dengan pengguna secara langsung; pemasaran ini penting untuk penglibatan pengguna dan kesedaran jenama. Ini termasuklah:



Sumber: runningrobots.com

Pemasaran Kandungan (Content Marketing)

Pemasaran kandungan menggunakan penceritaan dan perkongsian maklumat untuk meningkatkan kesedaran jenama. Kandungan seperti blog, e-buku, video, dan podcast bertujuan memberi nilai kepada pengguna dan membina hubungan yang berterusan, bukan sekadar menjual secara langsung.



Sumber: thevocket.com

TikTok kini muncul sebagai platform utama pilihan usahawan perusahaan mikro, kecil dan sederhana (PMKS) di Malaysia untuk mempromosikan serta memasarkan produk mereka. Antara contoh kejayaan dapat dilihat melalui pencipta kandungan tempatan seperti Pinn Yang dan Khairul Aming, yang berjaya menggunakan kekuatan perdagangan sosial bagi membantu PMKS tempatan menjana jualan yang tinggi.

Tren Utama Pemasaran Digital di Malaysia (2024-2025)

Dunia pemasaran digital di Malaysia semakin rancak dan penuh dengan perubahan menarik. Dengan penembusan **internet yang mencecah lebih 89%** serta media sosial yang sudah menjadi sebahagian daripada gaya hidup, perniagaan kini perlu lebih kreatif untuk menarik perhatian pengguna.

Infografik ini merangkumkan **tren pemasaran digital utama untuk 2024-2025** yang sedang membentuk cara perniagaan berhubung dengan pelanggan mereka. Jom kita lihat apa yang sedang "panas" di dunia digital Malaysia!



Kesimpulan

Malaysia menunjukkan peralihan yang kuat kearah pemasaran digital—dengan platform sosial, pencarian, dan video menjadi pemuat utama. Teknologi seperti AI, pemperibadian dan pengalaman mendalam (AR/VR, metaverse) mendominasi landskap.

Bagi pengguna, tingkah laku yang mengutamakan mudah-alih, carian suara dan keinginan untuk jenama yang menjalankan tanggungjawab sosial menjadi faktor utama. Untuk berjaya, jenama perlu fleksibel, mengintegrasikan berbilang saluran, dan menerapkan pendekatan yang relevan serta beretika tempatan.

Tambahan lagi, tren pemasaran digital di Malaysia jelas menunjukkan bahawa pengguna semakin pintar, cerewet, dan mahukan pengalaman yang lebih peribadi. Perniagaan yang pantas menyesuaikan diri dengan perubahan ini bukan saja akan kekal relevan, malah mampu mendahului pesaing.

Rujukan

<https://thevocket.com/khairul-aming-1-juta-shopee/>

<https://runningrobots.com/blog/how-you-can-help-your-digital-marketing-specialists-during-your-seo-process/>