

Pendigitalan bantu PKS, perniagaan mikro bertahan

Urus niaga secara dalam talian kurangkan impak PKP

Oleh Hazwan Faisal Mohamad
hazwanfaisal@bh.com.my

Perusahaan kecil dan sederhana (PKS) serta PKS mikro perlu segera beralih kepada pendigitalan dan memasuki pasaran dalam talian bagi membolehkan perniagaan terus bertahan terutama selepas Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dilaksanakan semula.

Presiden Persatuan PKS Malaysia, Datuk Michael Kang, berkata ketika ini jumlah PKS yang sudah beralih atau adaptasi dengan proses pendigitalan masih rendah iaitu kira-kira 30 hingga 40 peratus.

Namun, katanya, jumlah itu menunjukkan peningkatan selepas pelaksanaan PKP kali pertama pada Mac tahun lalu berbanding tempoh sebelum itu.

"Sewaktu PKP, peniaga berdepan cabaran untuk memasarkan produk mereka apabila aktiviti perniagaan dihadkan dari segi jumlah pelanggan dan masa.

"Justeru, kami amat menggalakkan semua PKS untuk segera beralih ke dalam talian dan mendigitalisasikan perniagaan mereka.

"Kita masih memerlukan masa untuk memastikan semua PKS beralih ke pendigitalan," katanya kepada *BH*.

Sementara itu, Pensyarah Kanan Sekolah Perniagaan dan Ekonomi, Universiti Putra Malaysia (UPM), Siti Rahayu Hussin, berkata keluhan PKS dirasai apabila PKP diteruskan lagi sehingga keadaan penularan jangkitan COVID-19 dijangka dapat dikekang.

Beliau berkata, impak utama akibat kawalan pergerakan ini dilihat daripada dua perspektif.

"Di pihak pelanggan, mereka menghadapi kesukaran untuk mendapatkan produk, manakala peniaga pula tidak dapat menyediakan produk kepada pelanggan kerana pembekal tidak dapat menghantar bekalan kepada pe-

ngeluar," katanya.

Beliau memberi contoh, beberapa negara di Eropah menjalankan inovasi industri pelancongan dengan memperkenalkan kaedah lawatan maya ke muzium atau destinasi pelancongan melalui teknologi realiti maya.

Jelasnya, secara maya, pelancong masih boleh 'mengalami' keseronokan melancong walaupun mereka tidak dapat hadir secara fizikal ke destinasi pelancongan terbabit.

"Di Malaysia, inovasi transaksi perniagaan diaplikasikan melalui pembelian dalam talian, di mana pelanggan berpeluang membeli barangan secara dalam talian tanpa perlu berada di premis jualan secara fizikal.

"Mereka hanya perlu memilih produk, membuat tempahan dan membayar secara dalam talian. Seterusnya, hanya menunggu produk untuk sampai ke rumah.

"Platform seperti Shopee dan Lazada adalah yang paling popular dalam kalangan pelanggan untuk membuat pembelian pelbagai barangan keperluan harian," katanya.

Beliau menambah, PKS harus

berani beralih ke perniagaan digital dengan mengambil kira beberapa aspek perniagaan utama yang boleh diubah suai menggunakan teknologi digital seperti pengiklanan, pengambilan tempahan, pembayaran dan perhubungan pelanggan.

Katanya, walaupun ramai peniaga kecil yang sudah menggunakan platform media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan YouTube, penggunaan platform media sosial berkenaan dalam kalangan peniaga kecil rata-rata hanyalah untuk membuat pengiklanan atau memujuk pelanggan melalui promosi jualan.

"Di sinilah pengetahuan mengenai perancangan dan taktik pemasaran digital diperlukan bagi membolehkan peniaga melakukan perniagaan dengan berkesan," katanya.

Siti Rahayu berkata, antara kelemahan utama peniaga kecil adalah menyangkakan bahawa hanya iklan dan promosi jualan di platform media sosial yang diperlukan untuk memenangi pelanggan.

"Justeru, rata-rata pengiklanan dan promosi jualan yang dilaku-



Ketika ini jumlah PKS yang sudah beralih atau adaptasi dengan proses pendigitalan masih rendah iaitu kira-kira 30 hingga 40 peratus.

Michael Kang,
Presiden Persatuan
PKS Malaysia

kan adalah tidak berkesan kerana terdapat terlalu ramai pesaing yang menggunakan taktik sama.

"Tambah menyukarkan lagi apabila peniaga kecil sentiasa berlumba-lumba untuk menurunkan harga atau meletakkan harga lebih rendah dari pesaing sehingga langsung tidak membuat keuntungan," katanya.