

Graduan perlu mahir pemasaran digital era IR4.0

Pada era digital dan Revolusi Industri 4.0 (IR4.0), cabaran menempuh dunia pekerjaan semakin kompleks kerana persaingan tinggi dalam kalangan graduan. Tidak hairanlah, tidak ramai

graduan mendapat pekerjaan bersesuaian dengan kelulusan.

Berdasarkan Kajian Pengesanan Graduan Kementerian Pendidikan Tinggi (KPT) 2019, 481 bilangan graduan doktor falsafah tidak mendapat pekerjaan pada 2018, manakala sarjana (2,314), sarjana muda (31,511) dan diploma (20,706).

Angka itu akan meningkat jika tiada kesedaran dan tindakan diambil, terutama pihak terbabit secara langsung dalam melahirkan graduan berdaya saing serta kaya dengan kemahiran diperlukan.

Ia semakin meruncing apabila pasa-

ran pekerjaan disediakan industri tidak memerlukan kemahiran teknologi tinggi dan selari dengan kemahiran serta tahap keintelektualan graduan.

Universiti dan institut pengajian tinggi (IPT) seolah-olah tidak lagi relevan dengan pasaran kerja diperlukan generasi akan datang.

Menyedari masalah itu, kerajaan mewujudkan Program Tunas Usahawan Belia Bumiputra (TUBE) pada 2014 untuk melahirkan graduan berminat menceburi perniagaan.

Program lain turut diadakan seperti Skim Permulaan Usahawan Bumiputera (SUPERB) di bawah Unit Peneraju Agenda Bumiputera (TERAJU), eUsahawan dan eRezeki di bawah program #YUCANDUIT kelolaan Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC) bagi mengurangkan masalah pengangguran.

Walaupun banyak program disediakan, kesedaran perlu ada juga pada graduan itu. Graduan harus berusaha

memberi nilai tambah terutama memperkayakan diri dengan kemahiran pemasaran digital untuk menghadapi IR4.0.

Malah, graduan perlu memberikan perhatian sejak belajar di universiti lagi dengan mempelajari kemahiran lain yang bukan sekadar menjanjikan pekerjaan, bahkan berpotensi memperoleh pendapatan lumayan.

Antara kemahiran dicadangkan adalah membabitkan pemasaran digital, pengaturcaraan, perundingan pemasaran digital, penulisan iklan dan pembangunan perisian.

Mengikuti carta 20 teratas kedudukan bilangan pelawat laman web tertinggi berdasarkan Alexa Ranking, hampir semuanya memerlukan kakitangan yang memiliki kemahiran pemasaran digital, pengaturcaraan, pembangunan perisian dan kemahiran menulis surat jualan.

Sekiranya graduan mempunyai kemahiran seperti ini, berpotensi untuk diterima bekerja, malah mereka sendiri

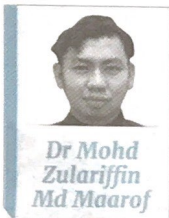
mampu menghasilkan syarikat sendiri yang dapat menjana pendapatan.

Kemahiran utama pemasaran digital bertujuan untuk memastikan pelawat akan singgah ke web jualan atau laman sesawang dan akhirnya menghasilkan jenama dikenali dan menduduki carta trafik tertinggi.

Hakikatnya, graduan mempunyai kemahiran pemasaran digital akan memiliki sudut pandangan luas, iaitu berlumba-lumba untuk menubuhkan syarikat sendiri, bukannya mencari pekerjaan seperti biasa.

Dengan itu, masalah pengangguran itu akan dapat diatasi sekiranya fokus utama graduan diberi keutamaan kepada kemahiran pemasaran digital selari dengan IR 4.0.

Penulis adalah Pensyarah Pusat Pengajian Diploma, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM)



**Dr Mohd
Zulariffin
Md Maarof**