

Kepentingan Platform Digital

Auni Nabihah Hassan, Maisarah Mohd Khadim, Nurul Natasha Ahmad Zaid, Nur Aqilah Muhamad Roslan dan Nurfah Nabilah Mohd Fadzil
Jabatan Perdagangan, Politeknik Tuanku Sultanah Bahiyah, Malaysia

Abstrak: Pada era globalisasi masa kini, medium pemasaran atau pengiklanan digital semakin berkembang pesat di negara ini dan menjadi peluang yang harus dimanfaatkan secara sepenuhnya oleh syarikat dan pengguna di negara ini bagi memperkembangkan dan memperkukuhkan perniagaan mereka. Pengkaji telah memilih Syarikat Miga Bakery yang terletak di Kulim, Kedah dalam proses menyiapkan kerja ini. Hasil temubual bersama pemilik Syarikat Miga Bakery mendapati bahawa mereka mempunyai permasalahan dalam aspek pemasaran atas talian iaitu mereka tidak mempunyai sebarang platform digital serta tidak mempunyai kakitangan yang mahir serta pakar dalam menjalankan pemasaran atas talian. Tujuan projek ini adalah untuk mempelbagaikan kaedah promosi dengan menggunakan platform digital seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk memperkukuhkan penjenamaan produk Syarikat Miga Bakery. Malah, pada masa kini Syarikat Miga Bakery ingin menumpukan perhatian dalam memasarkan produknya di kawasan Utara seperti Kedah, Pulau Pinang, Perlis dan Perak. Dalam penggunaan pemasaran atas talian, mereka dapat memperkukuhkan penjenamaan dengan membina jaringan komuniti atas talian dengan menggunakan jaringan internet tanpa memerlukan bayaran yang tinggi. Pengkaji menggunakan analisis SWOT dalam membantu Syarikat Miga Bakery untuk mengenalpasti tanda aras dalam menambahbaikkan strategi pengurusan, pemasaran, produk dan perkhidmatan disamping persediaan terhadap sebarang aspek cabaran dan kemungkinan. Pengkaji juga telah menggunakan konsep *design thinking* yang mengandungi elemen seperti empati, mengenal pasti masalah, pembentukan idea, protaip dan percubaan. Konsep ini digunakan untuk mencari jalan penyelesaian dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Syarikat Miga Bakery. Oleh hal yang demikian, pengkaji berharap platform digital ini dapat berkembang dengan pesat serta dapat digunakan dengan lebih cekap dan berkesan. Seterusnya dapat membantu Syarikat Miga Bakery dalam mengukuhkan penjenamaan dan jualan produk mereka.

Kata Kunci: *Platform digital, pemasaran, Facebook and Instagram.*

PENGENALAN

Industri makanan pada masa kini amat memberangsangkan dan potensi ekonomi hasil permintaan terhadap industri ini mendorong beberapa negara seperti Malaysia, Thailand, Indonesia dan Brunei berusaha untuk menggiatkan industri pengeluaran makanan halal mereka. Perkembangan industri ini meningkat seiring dengan perubahan teknologi seperti media sosial yang mana menjadi platform utama dalam urusan pemasaran. Media sosial dan pemasaran antara salah satu medium yang memacu dan meningkatkan pengeluaran

dalam industri pemakanan.

KAJIAN LITERATUR

Pada masa kini, media sosial mempunyai ciri yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio dan televisyen. Melalui media sosial, kita secara langsung dapat berinteraksi dengan orang lain [1]. Platform media sosial merupakan saluran komunikasi digital di mana pengguna atau pelanggan boleh berkongsi maklumat, berinteraksi dengan kadar segera, berkomunikasi secara dua hala dan penghantaran mesej yang cepat ke

beberapa orang dalam masa yang sama [2].

Menurut Menteri Pembangunan Usahawan, Datuk Seri Mohd Redzuan Yusof berkata “kita dalam e-Dagang dan Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) perlu melengkapkan ilmu dengan mendekati Internet of Things (IoT) supaya mereka lebih berdaya saing dan seiring dengan perkembangan teknologi semasa. Usahawan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) terutama golongan belia perlu merebut peluang ini kerana mereka lebih dekat dengan media sosial”. Maka pihak Syarikat Miga Bakery perlu meningkatkan usaha dalam mengembangkan lagi platform digital tersebut. Perdana Menteri, Tun Dr Mahathir Mohamad berkata “Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) adalah sektor penting dalam meningkatkan ekonomi negara dan melalui peluang teknologi yang disediakan ia dapat memastikan perniagaan menjadi lebih berkesan. Malah akan meningkatkan produktiviti dan pengeluaran serta lonjakan gaji minimum. Bagi Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) ia menjadi daya tarikan beribu kenalan di Facebook dimana akan membawa lonjakan trafik ke tapak laman web atau lokasi runcit. Kerajaan juga sentiasa menggalakkan dan memberi insentif kepada pelaburan serta kerjasama kepada syarikat Malaysia meningkatkan keupayaan mereka dalam bidang ini dengan kerjasama dengan firma multinasional”. Katanya ketika ucapan merasmikan pejabat Facebook Malaysia. Dengan platform digital yang makin berleluasa di Malaysia, maka di sini dapatlah kita lihat bahawa pemasaran melalui media sosial amatlah penting pada era masa kini. Syarikat Miga Bakery mesti menggunakan peluang yang baik untuk menular dan mempromosikan produknya yang kepada pelanggan dengan lebih banyak. Laman sosial kini menjadi faktor penentu kepada sesuatu produk atau perkhidmatan yang memainkan peranan dalam memacu transformasi perniagaan kekal berdaya saing dalam industri.

Harlow [3] dalam kajiannya menyatakan bahawa platform media sosial *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang mempunyai kesan dalam membentuk gerakan sosial. Kajian yang dijalankan mendapati bahawa media sosial *Facebook* menjadi sesebuah elemen atau alat yang interaktif untuk menggerakkan orang ramai dalam talian yang mampu bertindak dan berbuat di luar talian. Jika

Syarikat Miga Bakery berusaha untuk meluaskan perniagaannya dalam media sosial, maka perniagaan tersebut dapat berkembang dengan lebih luas.

Osterrieder [4] dalam kajiannya menyatakan bahawa media sosial seperti *Facebook*, *Youtube*, *Twitter* dan platform media sosial yang lain - lain merupakan medium yang digunakan untuk berkomunikasi, berkongsi maklumat, berkongsi pengetahuan, berkongsi sesuatu yang visual, medium untuk berinteraksi, membuat status dan sebagainya yang boleh dilakukan dengan cepat tanpa terhad oleh masa dan tempat. Gaile [5] dalam kajiannya juga menyatakan bahawa platform media sosial mampu menggantikan peranan media lokal dalam menyampaikan maklumat dan juga dalam berinteraksi dengan orang lain khususnya pengguna. Oleh itu, pihak Syarikat Miga Bakery perlu mempunyai inisiatif untuk menggalakkan perniagaannya menggunakan platform digital sebagai rangkaian promosi.

METADOLOGI

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan kaedah analisa dalam mengenalpasti strategi perniagaan. Pengenalan SWOT adalah penting kerana pengusaha atau sesebuah organisasi perniagaan dapat mengenalpasti potensi dan cabaran sebenar dalam sektor industri yang diceburi, merangkumi faktor pengurusan, pasaran, persaingan dan apa jua yang boleh memberi kesan baik atau buruk terhadap perniagaan. [6] Menurut Sondang P. Siagian [7], analisis SWOT merupakan salah satu elemen penyelidikan terhadap sesuatu situasi dalam perniagaan yang sangat berkesan sekiranya digunakan dengan tepat.

Menurut Krzysztof [8], terdapat beberapa kelebihan apabila menggunakan teknik analisis SWOT antaranya analisis SWOT dapat diselaraskan secara fleksibel terhadap setiap organisasi mengumpulkan maklumat dengan cepat dan sistematik mengenai faktor-faktor yang paling penting yang mencirikan keadaan organisasi.

<p>Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harga yang murah berbanding dengan syarikat roti yang lain. • Penghantaran yang cepat sekiranya mempunyai tempahan • Mempunyai pekerja yang berpengalaman
<p>Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiada platform online. • Tidak boleh membuat penghantaran jauh kecuali kawasan Utara. • Risiko kualiti mudah rosak untuk penghantaran jauh.
<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kawasan syarikat yang strategik. • Produk Muslim yang diyakini halal. • Mempunyai pengangkutan yang efisien.
<p>Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesaing yang ramai. • Produk kurang dikenali oleh masyarakat. • Tidak mengikuti arus pemasaran masa kini.

Rajah 1: Analisis SWOT bagi Syarikat Miga Bakery

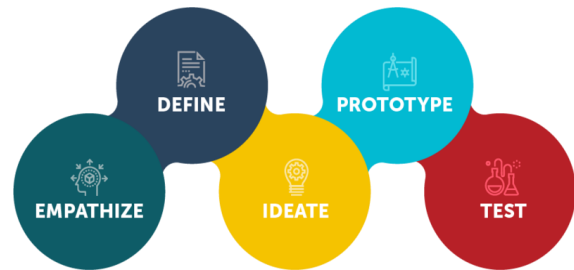
Berdasarkan analisis SWOT yang telah dibuat, pengkaji mendapati Syarikat Miga Bakery ini tidak membuat pemasaran melalui online kerana syarikat ini tidak mengambil tempahan luar kawasan selain Utara. Syarikat ini hanya menggunakan kontrak dari sekolah-sekolah yang berada dalam kawasan utara sahaja. Disebabkan ini pengkaji mahu membangunkan platform media sosial kepada syarikat ini kerana dapat memudahkan produknya dikenali oleh masyarakat terutamanya dalam kawasan Kulim iaitu berdekatan dengan syarikat ini dan daerah-daerah utara yang lain. Selain itu, dengan membangunkan platform media sosial juga, promosi bagi produk Syarikat Miga Bakery juga dapat dilaksanakan secara percuma tanpa mengeluarkan kos.

Design Thinking

Design thinking merupakan sebuah cara pemikiran atau pendekatan dalam menyelesaikan sesuatu permasalahan.

Peringkat pemikiran tersebut ialah Emphaty, Define, Ideate, Prototype dan Test [9]. Proses *design thinking* ini memiliki beberapa tahap iaitu dari proses pengumpulan informasi mengenai pengguna, berdasarkan informasi tersebut masalah dapat dikenalpasti, menghasilkan penyelesaian

kreatif, mendapatkan gambaran mengenai idea yang dihasilkan adalah dengan membuat prototaip atau eksperimen dan menguji hasil prototaip bagi memastikan idea yang dihasilkan dapat menyelesaikan masalah pengguna [10].



Rajah 2: Proses *design thinking* (Plattner, 2019)

Langkah 1: Empati (Empathize)

Dalam langkah ini, pengkaji menyelami masalah oleh pemilik setelah memahami masalah ini. Tujuannya adalah bagi merasai sendiri pengalaman sebagai seorang pengguna. Langkah ini akan membantu pengkaji memahami dengan lebih lanjut apa penambah yang perlu dilakukan untuk memberikan produk yang terbaik. Oleh itu, di dalam projek ini, pengkaji menyelami masalah yang dihadapi oleh Syarikat Miga Bakery. Terdapat beberapa masalah yang dikongsikan, namun masalah yang menjadi fokus utama pengkaji untuk selesaikan adalah mewujudkan platform atas talian iaitu media sosial untuk meluaskan pasaran serta mengukuhkan penjenamaan Syarikat Miga Bakery.

Langkah 2: Mengenalpasti masalah (Define)

Melalui langkah kedua ini, pengkaji berpeluang mengetahui dimana 'loophole' atau masalah yang perlu diubah setelah meletakkan diri sebagai pengguna. Langkah ini juga sangat penting untuk memastikan objektif utama masalah dapat diselesaikan. Masalah pengguna dapat diselesaikan manakala dari perspektif syarikat pula pengkaji dapat menemui permasalahan yang tepat terhadap produk yang ditawarkan. Permasalahan bagi projek ini, Syarikat Miga Bakery belum mempunyai platform media sosial yang mana dapat menambah rangkaian komuniti syarikatnya. Di samping itu, pengkaji juga ingin membantu syarikat ini untuk mengukuhkan penjenamaan produk syarikatnya supaya lebih dikenali ramai.

Langkah 3: Pembentukan idea (Ideate)

Melalui langkah ketiga iaitu ideate, pengkaji akan membincangkan idea hasil daripada kajian pengkaji sebagai pengguna. Langkah ketiga bakal membantu pengkaji mendapatkan penyelesaian yang betul. Jadi bagi projek pengkaji ini, langkah penyelesaian yang kami ambil adalah menghasilkan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk Syarikat Miga Bakery bagi menambah rangkaian komuniti syarikat tersebut. Di samping itu, platform digital ini membantu Syarikat Miga Bakery untuk memperluaskan pasarannya.

Langkah 4: Prototaip (Prototype)

Langkah ini salah satu cara terbaik untuk mendapatkan gambaran mengenai idea yang dihasilkan dengan membuat prototaip atau eksperimen. Langkah ini membolehkan pengkaji menjalankan idea yang dihasilkan dengan tiada kos yang dikenakan. Tujuannya adalah bagi mengkaji bagaimana idea yang dihasilkan mampu menyelesaikan masalah pengguna. Hasil ujian prototaip ini akan memberi jawapan sama ada idea pengkaji dapat menyelesaikan masalah atau sebaliknya. Langkah ini sangat penting. Ia dapat membantu pengkaji menjimatkan masa dan kos bagi mencari penyelesaian terbaik. Maka bagi prototaip projek ini, pengkaji menghasilkan platform digital seperti Facebook dan Instagram untuk Syarikat Miga Bakery. Pengkaji akan membuat promosi dan pemasaran menggunakan aplikasi tersebut dalam masa yang sama mencari pengikut serta pelanggan baru.

Langkah 5: Percubaan (Test)

Langkah percubaan dilakukan bagi memastikan idea yang dihasilkan dapat menyelesaikan masalah pengguna. Dalam pada itu, terdapat panduan yang pengkaji rujuk sebelum menjalankan sesebuah ujian atau percubaan iaitu dengan mendapatkan respon para pelanggan. Bagi mendapatkan respon daripada para pengguna, pengkaji juga boleh bertanya atau sediakan borang kaji selidik untuk mengkaji para pelanggan lebih selesa dengan idea manakah berdasarkan prototaip yang ditawarkan. Melalui cara ini, pengkaji sebenarnya sudah mempunyai idea kasar prototaip atau idea manakah yang paling berkesan serta membuatkan

pelanggan lebih selesa. Bagi mendapatkan respon daripada para pelanggan untuk projek pengkaji ini, pengkaji menyediakan beberapa borang kaji selidik. Borang ini bertujuan untuk melihat keberkesanan projek yang telah pengkaji kaji ini. Antara aplikasi yang berkesan ialah Facebook dan Instagram kerana kebanyak masyarakat pada masa kini menggunakan media sosial ini untuk membeli-belah secara atas talian. Oleh itu, Syarikat Miga Bakery perlu ada media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk memastikan produknya dikenali ramai. Teknik ini telah dibuktikan keberkesanannya oleh beberapa buah syarikat yang telah berjaya, pernyataan ini disokong oleh Morgen et al [11] di dalam kajian mereka menyatakan teknologi maklumat dan kemudahan yang disediakan menggunakan teknologi maklumat untuk memperkasakan sesebuah perniagaan adalah sia-sia jika penguasaan dan kebolehpayaan menguruskan teknologi maklumat dan komunikasi berada pada tahap yang lemah.

ANALISIS DATA

Bagi menganalisis data, pengkaji telah menyediakan borang soal selidik untuk diedarkan kepada 30 orang responden bagi mendapat maklumat mengenai projek ini. Soalan di dalam borang soal selidik ini adalah merangkumi soalan yang berkisarkan mengenai kepentingan dan keberkesanan platform digital yang telah dihasilkan iaitu platform Facebook dan Instagram. Responden adalah terdiri daripada orang awam yang dipilih secara rawak di yang merupakan pelanggan Syarikat Miga Bakery. Pengkategorian ini adalah berdasarkan interpretasi yang diubahsuai daripada interpretasi Oxford [12] yang menjelaskan bahawa skor min di antara 3.5 sehingga 5.0 dianggap tinggi. Skor min di antara 2.5 hingga 3.49 pula dianggap sederhana manakala skor min di antara 1.0 hingga 2.49 dianggap rendah.

Bil	Soalan	Skor min
1.	Melihat kandungan dengan mudah	4.12
2.	Maklumat yang dimuatnaik menarik dan mudah difahami	4.30
3.	Aplikasi yang menarik serta membentuk komunikasi	4.42
4.	Sistem komunikasi yang pantas	4.17
5.	Elemen mesej visual yang menarik	4.43

Jadual 1: Penilaian keberkesanan penggunaan platform Facebook dan Instagram

Jadual 1 di atas menunjukkan skor min bagi maklumbalas responden terhadap keberkesanan platform digital yang telah dibangunkan iaitu Facebook dan Instagram bagi Syarikat Miga Bakery. Secara keseluruhannya dapat dilihat bahawa maklumbalas yang diberikan oleh responden terhadap platform media sosial yang telah dibangunkan adalah baik. Ini menunjukkan mereka berpuas hati dengan maklumat serta informasi yang boleh didapati daripada aplikasi tersebut.

KESIMPULAN

Secara kesimpulannya, platform digital amat membantu usahawan bumiputera dalam bidang perniagaan untuk mengembang dan mengukuhkan penjenamaan produk. Platform digital banyak memberi manfaat kepada perusahaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) untuk meluaskan pemasaran tanpa memerlukan bayaran yang tinggi. Pengkaji amat berharap Syarikat Miga Bakery mempraktikkan penggunaan platform digital dengan lebih cekap dan berkesan. Maka, dengan ini pengkaji mengatakan bahawa platform digital ini sangat berguna untuk mempromosi dan memasarkan produk Syarikat Miga Bakery dengan lebih luas. Akhir sekali, besar harapan pengkaji semoga Syarikat Miga Bakery mampu memperbesarkan lagi perniagaan dengan bantuan platform digital ini pada masa akan datang.

RUJUKAN

[1] Leonard. A.P.S. 2016. Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial

- Untuk Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Fisip UNS Tahun Ajaran 2015/2016). Tesis sarjana Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- [2] Hudson. S, Huang. L, Roth. M.S & Madden. T.J. 2015. The influence of social media interactions on consumer-brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International Journal of Research in Marketing* 14: 1-13.
- [3] Harlow. S. 2011. Social Media and Social Movements: Facebook and an Online Guatemalan Justice Movement That Moved Offline. *Journal New Media and Society* 14 (2): 225-243.
- [4] Osterrieder. A. 2013. The Value and Use of Social Media as Communication Tool in the Plants Sciences. *Journal Plants Methods* 9 (26): 1-6.
- [5] Gaile. S.M. 2013. The Role and Functions of Social Media in Modern Society. Is social Media Worthwile for Local Media? *Journalism Research • Science Journal (Communication and Information)* nombor 6: 43-62.
- [6] Yulihar Diyanti, Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 2018).
- [7] Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2000) h. 172.
- [8] Krzysztof Wozniak (2016). Why is SWOT analysis so important for your business? Retrieved from <https://www.quora.com/Why-is-Swot-analysis-so-important-for-your-business>.
- [9] Plattner, H. (2019) *An Introduction to Design Thinking Process Guide*. Published: Institute of Design at Stanford.
- [10] Hartson, R., & Pyla, P. S. (2012). *The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience*. United States of America: Elsevier.
- [11] Morgan, A., Colebourne, D., & Thomas, B. (2006). The development of ICT advisors for SME businesses: An innovative approach. *Technovation*, 26 (8), 980-987.
- [12] Oxford, R.L., *Language Learning Strategies: What Every Teacher Should Know* (New York: Newbury House, 1990).