



Ekonomi

Shopee sebahagian norma baharu PKP

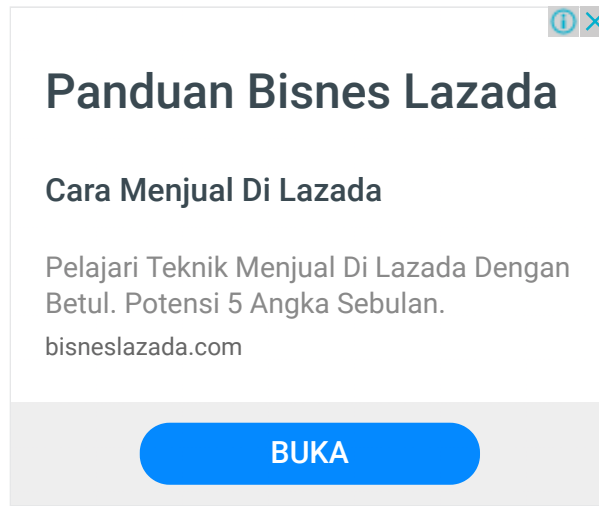


SuaraMerdeka ✉ • 11 hours ago 🔥 58 📖 4 minutes read

Lebih 32 juta rakyat Malaysia terjejas oleh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang dilaksanakan pada 18 Mac 2020 dalam usaha untuk mengawal penularan wabak COVID-19.

Pelaksanaan ini telah mewujudkan norma baharu termasuk dalam sektor peruncitan dan menurut Shopee, akan kekal berterusan. Dengan para pengguna kini beralih ke e-dagang, perniagaan-perniagaan dari sektor industri berlainan dilihat berusaha untuk memacu kehadiran digital mereka.

Peralihan pilihan pengguna Shopee telah mendapati tabiat membeli-belah baharu dalam kalangan pengguna Malaysia dengan kepentingan baharu peranan e-dagang dalam kehidupan harian mereka.



Panduan Bisnes Lazada

Cara Menjual Di Lazada

Pelajari Teknik Menjual Di Lazada Dengan Betul. Potensi 5 Angka Sebulan.
bisneslazada.com

BUKA

Para pengguna meluangkan kira-kira 20 peratus lebih banyak masa di Shopee seminggu.

Ini menandakan peningkatan pergantungan pada e-dagang yang menawarkan pengguna akses sehenti kepada segalanya, termasuk hiburan.

Barangan runcit dan Haiwan Peliharaan, Konsol Permainan, dan Peralatan Rumah amat popular di kalangan pengguna kerana mereka mencari barang keperluan harian, keperluan rumah tangga dan permainan untuk dinikmati dan menghiburkan seisi keluarga.



Peniaga-peniaga mendapat manfaat daripada peningkatan permintaan, dengan peniaga yang menawarkan makanan segera dan peralatan membakar masing-masing mencatatkan 60 kali lebih banyak pesanan berbanding tempoh yang sama tahun lalu.

Sejak beberapa bulan lepas, aktiviti membeli-belah pada hari Isnin dan Selasa telah meningkat – menunjukkan rakyat Malaysia gemar membeli-belah pada awal minggu.

Shopee juga telah melihat peningkatan dalam interaksi sosial di platformnya dengan lebih 3 juta mesej secara purata dihantar setiap hari apabila pengguna berinteraksi dengan peniaga untuk bertanya tentang harga, stok, kelajuan penghantaran dan banyak lagi.

“Tahun 2020 telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan berbelanja atas talian. Oleh itu, jenama dan penjual di seluruh rantau ini telah meningkatkan usaha digitalisasi mereka, terutama sekarang.

Ini kerana e-dagang telah memainkan peranan yang lebih besar dalam kehidupan orang ramai di mana semakin banyak pengguna beralih ke atas talian untuk mendapatkan keperluan harian mereka.

Ini telah menghasilkan perubahan dalam cara para peniaga melihat dan mendekati e-dagang sebagai satu saluran jualan,” kata Ian Ho, Pengarah Urusan Serantau Shopee.

Perniagaan tempatan meningkatkan kehadiran atas talian. Situasi semasa juga telah mendorong perniagaan-perniagaan untuk meneroka strategi baharu untuk berinteraksi dengan pengguna dan memudahkan proses urus niaga.

Ini tidak hanya menyebabkan penerapan e-dagang yang kuat di kalangan PKS tempatan tetapi juga mewujudkan segmen pasaran baharu untuk industri e-dagang.

Potensi baharu: Contohnya, tahun lepas, hampir tiada yang menjual dan membeli hasil segar seperti ikan, ayam, daging lembu dan juga durian di platform e-dagang. Namun, pada bulan April sahaja, kira-kira 1,000 penjual hasil segar dan beku, termasuk petani dan nelayan, mula menjual di Shopee.

Shopee mendapati bahawa banyak penjual yang menawarkan lebih daripada 20 jenis produk di kedai mereka dapat menjana jualan bulanan sehingga RM100,000.

Memperibadikan sambungan maya: Shopee juga mendapati bahawa jumlah aliran Shopee Live dari jenama dan penjual telah meningkat sebanyak 70 kali ganda sejak penularan wabak Covid-19 dalam satu usaha untuk mencari pendekatan yang lebih bersifat peribadi untuk berhubung dengan pengguna.

Penjual baharu Shopee, Deep Sea Fishery Kingdom berjaya meraih hasil jualan makanan laut bernilai RM1,200 dalam hanya beberapa minit semasa siaran langsung sulungnya.

Shopee menjangkakan trend menjual dan membeli melalui penstriman langsung akan menjadi lebih popular seperti di negara China.

Bazar digital: Pembatalan bazar Ramadan telah menjejaskan pendapatan ribuan peniaga mikro yang bergantung pada bazar ini untuk mencari rezeki. Bagi membantu mereka mengekalkan pendapatan dan penghidupan mereka, beberapa Kerajaan Negeri seperti Selangor dan Perak menugaskan Shopee untuk membawa penjual-penjual ini atas talian untuk memasarkan produk termasuk biskut Raya dan makanan ringan, baju Raya dan barangan hiasan rumah melalui laman mikro khusus.

Inisiatif ini merangkumi Selangor E-Bazar Raya serta Raya bersama PKNS, dan juga S.M.A.R.T Niaga@Perak.

Merebut peluang: Selain itu, Pakej Bantuan Peniaga Shopee yang bernilai RM15 juta memberikan sokongan dari segi pembiayaan, subsidi, pendidikan dan pemasaran untuk meningkatkan jualan, mengurangkan kos operasi dan memudahkan pembangunan mampan telah memanfaatkan komuniti perniagaan.

Pakej ini mendapat penyertaan daripada lebih 70,000 perniagaan tempatan dari perusahaan dan syarikat mikro, kecil, serta sederhana dan juga besar dari sektor barangan pengguna bergerak pantas ke fesyen dan pakaian, elektronik dan banyak lagi.

Ini menandakan tindak balas pantas oleh komuniti penjual terhadap peluang yang telah disediakan untuk membantu perniagaan mereka.

Bertentangan dengan kepercayaan bahawa semuanya dalam keadaan suram, perniagaan-perniagaan ini dilihat menikmati peningkatan prestasi di kedai mereka walaupun semasa PKP.

Seorang pengurus kilang di Seremban, Mohd Airin Ismie Ismail, 39, tidak dapat bekerja disebabkan oleh PKP.

Dengan itu, beliau memutuskan untuk menumpukan perhatian pada perniagaan atas talian beliau di Shopee.

Setiap hari, ayah kepada dua orang anak itu akan membungkus pesanan di rumah sebelum menghantar bungkusan ke pusat penghantaran untuk dihantar kepada pelanggannya dalam masa yang tersingkat.

Beliau berkata, "Proses penjualan di Shopee cukup mudah dan tidak susah untuk saya beralih untuk menjual di platform e-dagang dari media sosial.

"Saya tidak mempunyai modal yang besar, oleh itu saya tidak memiliki banyak jenis produk berbanding dengan peniaga besar.

"Tetapi, saya luangkan masa untuk mengkaji kehendak pelanggan dan fokus untuk memenuhi keperluan mereka. Saya juga mengikuti perkembangan dari Shopee untuk mencari peluang baharu yang dapat membantu mengembangkan perniagaan saya. Untuk meningkatkan jualan dan pendedahan saya, saya telah mempromosikan pautan kedai saya di kumpulan WhatsApp dan media sosial.

"Setakat ini, prestasi jualan amat memberangsangkan. Dengan lebih ramai pengguna beralih ke atas talian untuk membeli-belah, dan dengan bantuan Pakej Bantuan Peniaga Shopee, jumlah jualan saya meningkat lebih," katanya.

Ini tepat pada masanya untuk Airin dan sekeluarga ketika mereka membuat persiapan untuk Hari Raya.

Bagi syarikat peruncitan Billion Group, PKP telah mempercepatkan usaha digitalisasi setelah menyaksikan peralihan pilihan pengguna untuk membeli-belah atas talian.

Ini kerana jumlah jualan di lebih dari 50 cawangan di negara ini mengalami penurunan, terutamanya dalam kategori fesyen yang mengalami penurunan pesanan sebanyak 70 peratus.

Billion melancarkan kedai atas talian pertamanya di Shopee dua minggu yang lalu dan telah menugaskan sebuah pasukan khas untuk perdagangan

e-dagang sebagai langkah mitigasi untuk terus memiliki aliran pendapatan yang stabil.

“Sebagai pendaatang baharu, ia agak sukar untuk membawakan perniagaan kami ke atas talian. Kami menghadapi pelbagai cabaran termasuk logistik dan perkhidmatan pelanggan, tetapi Shopee telah menghulurkan bantuan dengan menugaskan seorang pengurus akaun untuk menolong kami dalam perjalanan pendigitalan.

“Kami juga mendaftar untuk Pakej Bantuan Peniaga Shopee untuk memanfaatkan baucar, subsidi dan kredit iklan percuma yang diberikan. Kedai rasmi kami di Shopee mempunyai prestasi yang baik.

“Ini hanya permulaan dan kami telah merekodkan jualan harian sebanyak empat digit. Sekarang, fokus kami adalah untuk memperluas penawaran produk kami sambil memberi tumpuan kepada strategi harga untuk mendapatkan lebih pengguna atas talian. Kami tidak akan berputus asa,” kata Tan He Kon, Pengarah Operasi Kumpulan, Billion Group.

Rumus Ho, “Dengan perniagaan-perniagaan dibenarkan kembali beroperasi secara berperingkat, mereka harus bertindak lebih pantas, menentukur semula dan mempelbagaikan saluran perdagangan mereka agar mereka bersedia pada masa depan.

“Kami berharap perkongsian dan pandangan ini dapat membantu perniagaan menyusun strategi dengan lebih baik dalam beberapa bulan akan datang.

“Kami kekal teguh dalam komitmen kami untuk bekerjasama dengan masyarakat setempat untuk mengatasi cabaran semasa di hadapan kami. Sementara itu, kami akan terus mengadakan kempen seperti Raya Bersama Shopee untuk manfaat penjual dan pengguna,” katanya.

Raya Bersama Shopee berlangsung sehingga 26 Mei 2020 dengan keperluan harian mulai dari serendah RM10 dan penghantaran percuma dengan perbelanjaan minimum RM19. Selain itu, Pesta Jualan Raya pada 14 dan 15 Mei membolehkan pengguna menikmati lebih banyak penjimatan dengan diskaun sehingga 80 peratus, tawaran RM1 untuk produk-produk kegemaran dan penghantaran percuma dengan perbelanjaan minimum yang diturunkan kepada RM10 dari 12 tengah malam hingga 2 pagi. – SM

0 Comments

Sort by **Oldest**



Add a comment...

Facebook Comments Plugin

- Tags
- PILIHAN
- shopee