

Boring FB Page? What's Wrong?

Fadhilah Mat Yamin^{*a}, Wan Hussain Wan Ishak^b, Siti Zakiah Abu Bakar^c

^a*School of Technology Management and Logistics, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

^a*Institute for Management and Business Research (IMBRE), Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

^b*School of Computing, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

^c*School of Technology Management and Logistics, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

Synopsis

Digital platforms are gaining ground now along with the advancement of technology. However, this technology needs to be utilized in the best way to get satisfactory results. Therefore, this teaching case discuss a micro SME entrepreneur, namely Mr. A who has used social media ie FB page for product marketing. However, he is still not satisfied with the strategy he has implemented and needs your advice by checking his FB page and giving suitable suggestions to boost his product promotion.

Keywords: Digital Marketing, Facebook, Social Media

Halaman FB Membosankan?...Apa Yang Tidak Kena?

Fadhilah Mat Yamin^{*a}, Wan Hussain Wan Ishak^b, Siti Zakiah Abu Bakar^c

^a*Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi dan Logistik, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

^a*Institut Pengurusan Penyelidikan dan Perniagaan (IMBRE), Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

^b*Pusat Pengajian Pengkomputeran, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

^c*Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi dan Logistik, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia*

Sinopsis

Platform digital semakin mendapat tempat kini seiring dengan kemajuan teknologi. Namun, teknologi ini perlu dimanfaatkan sebaiknya untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Oleh itu, kes pengajaran ini membincangkan berkenaan dengan seorang pengusaha IKS mikro, iaitu En. A yang telah menggunakan media sosial iaitu halaman FB untuk pemasaran produknya. Namun, beliau masih lagi belum berpuas hati dengan strategi yang telah beliau laksanakan dan memerlukan khidmat nasihat dari anda dengan menyemak halaman FB beliau dan berikan cadangan yang sesuai untuk merencanakan lagi promosi produk beliau.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Facebook, Media Sosial

1. PENGENALAN

Jam di dinding menunjukkan jam 11:11 pagi. En. A masih lagi memfokuskan akan kerja-kerja sehariannya sambil melihat halaman FB kedainya. "Tak ramai pun yang like" cetus hatinya.... "Mesti ada lagi teknik lain yang perlu dibuat ni...."

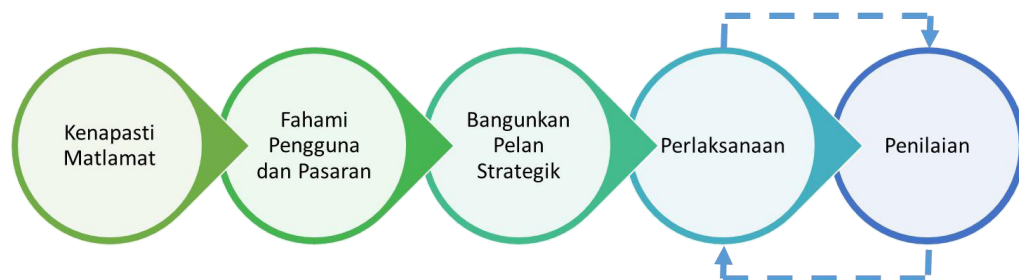
Sejak pandemik berlaku dua tahun yang lalu, En. A telah melakukan transformasi ke atas kedainya dengan melaksanakan kedai secara dalam talian melalui halaman FB (Rujuk Lampiran). Halaman FB merupakan pelantar media sosial yang telah dikenali ramai. Menurut kajian oleh Suruhanjaya

* Corresponding author. Tel.: +0-000-00000000; Fax: +0-000-00000000
E-mail: fmy@uum.edu.my

Komunikasi dan Multimedia Malaysia pada tahun 2020, Facebook merupakan aplikasi media sosial yang paling tinggi penggunaannya dalam kalangan rakyat Malaysia.

Walau bagaimanapun En. A masih lagi merasa ada kekurangan dengan teknik pemasaran tersebut. Ini kerana beliau sering memerhatikan kadar “like” dan “follower” dalam halaman FB beliau. “Beginilah kalau dah tua, guna teknologi.... tak seperti orang muda....” Cetus En. A dalam hatinya. “Mungkin halaman FB ini tak cantik? bosankan? tak cukup info?... kalau tak... kenapa tak ramai yang “like” dan jadi “follower”...”, pelbagai persoalan timbul dalam fikiran En. A. En A sedar sesuatu perlu dilakukan ke atas halaman FB beliau.

En. A membelek helaian nota mengenai pemasaran digital dari kursus yang telah dihidirinya pada tahun lepas. Proses dalam strategi pemasaran digital terbahagi kepada LIMA (5) proses iaitu; kenalpasti matlamat, fahami pengguna dan pasaran, bangunkan pelan strategik, pelaksanaan dan juga penilaian (Rajah 1). En A yakin dia telah melaksanakan proses tersebut dengan betul sehingga terhasilnya Halaman FB beliau. Sekarang En A perlu melihat kepada perlaksanaan fasa terakhir iaitu penilaian. Setelah halaman FB dihebahkan kepada umum, mungkin terdapat beberapa aspek yang perlu diambil kira bagi meningkatkan capaian ke atas halaman FB beliau. Seterusnya En. A boleh melakukan kemaskini bagi memenuhi kehendak pelanggan.



Rajah 1: Proses dalam strategi pemasaran digital

2. LATARBELAKANG SYARIKAT

Kes pengajaran ini menfokus kepada Syarikat Ajwa Synergy Enterprise iaitu pemborong dan peruncit bagi produk keluaran HPA International. Syarikat ini beroperasi di Arked Jati, pekan Changlun di bawah rangkaian jenama HalalMart. Profil syarikat diringkaskan seperti dalam Jadual 1. Syarikat ini diuruskan oleh dua orang pekerja sahaja yang bertindak sebagai pengarah dan pengurus (Rajah 2). Bidang tugas adalah seperti dalam Jadual 2. Jualan tahunannya adalah kurang daripada RM 200,000. Berdasarkan kriteria ini syarikat Ajwa Synergy Enterprise dikelaskan sebagai IKS mikro.

Jadual 1: Ringkasan maklumat mengenai syarikat Ajwa Synergy Enterprise

PERKARA	MAKLUMAT
Nama Syarikat	Ajwa Synergy Enterprise
No pendaftaran	AS0374529-A
Tahun	13 Mac 2016
Alamat	Lot B5, Arked Jati, Bazar Changlun, 06010 Changlun, Kedah
Telefon	(6012) 531 3241
Email	ajwasinergi@gmail.com
Bentuk Perniagaan	Perkongsian
Kegiatan Perniagaan & Industri	Penjualan produk makanan dan minuman (produk kesihatan herba)

Jadual 2: Bidang tugas pengarah eksekutif dan pengurus

JAWATAN	BIDANG TUGAS
1. Pengarah (Pn. Siti Fatimah Binti Abdullah)	- Memastikan segala urusan syarikat berjalan dengan lancar - Menyelesaikan segala masalah yang dihadapi oleh syarikat - Membuat keputusan berkaitan dengan Pengurusan syarikat - Mengetua mesyuarat bersama pekerja - Memantau setiap bahagian operasi syarikat - Mempunyai kuasa memberi arahan
2. Pengurus (En. Azali Sapie)	- Memastikan kewangan syarikat berada dalam keadaan baik - Memberi nasihat berkaitan kewangan - Bertanggungjawab terhadap segala urusan berkaitan kewangan - Merekod segala urus-niaga syarikat - Menjalankan tugas mengikut etika perakaunan - Membuat “Balance Sheet”, IncomeFlow dan laporan kewangan syarikat - Menguruskan hal ehwal pentadbiran - Merancang keperluan sumber manusia untuk organisasi



Rajah 2: Carta Organisasi

3. MANFAATKAN PLATFORM DIGITAL!

En. A menyedari potensi teknologi maklumat dan komunikasi dalam memajukan syarikatnya. En. A yakin beliau perlu berubah untuk kelestarian perniagaannya. Oleh tu berbekalkan pengetahuan yang terhad mengenai ICT dan media sosial, beliau telah mewujudkan akaun Facebook dan Facebook Page (<https://www.facebook.com/radixchaglun/>) khusus bagi mempromosi produk-produk yang dijualnya (Rajah 6).

Bagaimanapun, disebabkan kurang pengetahuan mengenai ICT dan strategi pemasaran melalui internet atau pemasaran digital, usaha beliau tidak mencapai hasil yang memberangsangkan. Beliau memerlukan bimbingan tentang kaedah yang sesuai menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. Beliau juga memerlukan bantuan bagi “memperkenalkan” syarikatnya sebagai one-stop-center bagi produk Radix di Pekan Changlun.

4. PENUTUP

Anda sebagai perunding pemasaran digital, diminta untuk membantu En. A dengan menilai semula strategi bagi pemasaran produk syarikat beliau melalui platform digital. Berikan komen serta cadangan yang perlu En. A ambil untuk meningkatkan lagi promosi produk beliau.

PENGHARGAAN

Penyelidik merakamkan jutaan terima kasih kepada Universiti Utara Malaysia (UUM) yang telah membiayai kajian ini di bawah Skim Geran Kajian Kes, kod S/O 14804 di bawah tadbir urus Institut Pengurusan Penyelidikan dan Perniagaan (IMBRE), UUM.

RUJUKAN

- Taib, S. (2019). *Bagaimana Buat Bisnes dari Planet NEPTUN?* SifuFBads Sdn. Bhd. ISBN: 978 967-13771-8-5.
- Taib, S. (2019). *57 Marketing untuk Si Pemalas*. SifuFBads Sdn. Bhd. ISBN: 978-967-16104- 3-5.
- Azizan, A., & Ramlee, S. *60 Template Iklan Sale 7 Angka Setahun*.
- Li, K.Z. (May 17, 2021) What is Digital Marketing and Digital Marketing Strategy? (With Examples).
Sumber: <https://www.equinetacademy.com/what-is-digital-marketing/>
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (2020). Internet Users Survey 2020.
<https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Infographic.pdf>

Photos

[See All](#)

Shop

[See All](#)

Kopi Radix Sihat
RM23.00

Minuman IMT
RM4.20

Ubat Gigi Herba
RM6.40

Minyak Habbat...
RM80.00

Madu Asli
RM20.50

HGH - II
RM190.00

Minyak But-But
RM18.00

Royal Enzyme
RM99.00

Kopi Radix Halia
RM20.00

Page Transparency

[See All](#)

Facebook is showing information to help you better understand the purpose of a Page. See actions taken by the people who manage and post content.

Page created - April 9, 2016

Related Pages

Produk HALAL HPA
Health/Beauty

[Like](#)

Radix HallMart Mahabbah
Department Store

[Like](#)

Hgh-II Hpa Penyembuha...
Shopping & Retail

[Like](#)

Add Your Business to Facebook

Showcase your work, create ads and connect with customers or supporters.

[Create Page](#)

[Privacy](#) · [Terms](#) · [Advertising](#) · [Ad Choices](#) · [Cookies](#) · [More](#) · Facebook © 2021

15

6 Shares

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

Write a comment...

OTHER POSTS

Radix Hallmart Changlun
December 29, 2020 ·

Kopi Radix pilihan anda ..
Diamalkan oleh generasi ke generasi 😊😊
Ataupun boleh order disini
👉👉 www.wasap.my/60125313241/OrderRadix

[View Similar Products](#)

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

Radix Hallmart Changlun
December 26, 2020 ·

Boleh beli kopi di Radix Changlun Hallmart
Ataupun boleh order disini
👉👉 www.wasap.my/60125313241/OrderRadix

Tongkat Ali	1
Akar Larak	2
Akar Halban	3
Teja Lawang	4
Mengkudu Hutan	5
Akar Tebu Gajah	6
Akar Mata Pelanduk	7

1

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

Write a comment...