

# Pilih mempengaruhi tepat pasarkan produk

Oleh Noor Aslinda Abu Seman  
bhrencana@bh.com.my



Pensyarah Kanan,  
Johor Business  
School, Universiti  
Tun Hussein Onn  
Malaysia (UTHM)

**Dalam** era digital, sebuah video tular boleh melonjakkan populariti sebuah kafe kecil tidak kira diceruk mana sekalipun. Ia berupaya menarik lebih ramai pelanggan dan meningkatkan jualan dengan ketara.

Inilah realiti baharu kepada usahawan apabila mempengaruhi bukan sahaja mendorong permintaan pengguna, bahkan mengubah strategi rantaian bekalan dan e-dagang.

Dengan kadar penembusan platform seperti TikTok sebanyak 95 peratus di negara ini, banyak pihak semakin menyedari potensi platform terbabit bukan hanya sebagai media sosial, bahkan medium berkesan untuk mempengaruhi keputusan pembeli-

an, menguruskan rantaian bekalan dan mengoptimalkan operasi.

Usahawan semakin memberi tumpuan kepada platform digital itu untuk berhubung dengan pengguna. Kajian menunjukkan 69 peratus pengguna lebih mempercayai cadangan mempengaruhi berbanding mesej langsung daripada syarikat atau perniagaan.

Ini menjadikan kerjasama dengan mempengaruhi sebagai strategi penting kepada usahawan yang ingin kekal bersaing dalam pasaran digital semakin kompetitif.

Pengasas dan Ketua Pegawai Eksekutif, Store N

Go, Tee Kee Lion, menekankan kepentingan pemasaran mempengaruhi untuk perusahaan kecil dan sederhana (PKS).

"Banyak PKS yang mengalami pendigitalan, berdepan kekurangan sumber untuk pemasaran digital aktif," katanya.

Justeru, ada syarikat menggabungkan pemasaran mempengaruhi dengan perkhidmatan gudang dan stok, sekali gus membantu PKS memperluaskan jangkauan sambil menguruskan logistik dengan lebih cekap.

Sementara itu, Pengasas Healthish, Emily Chong menekankan kuasa kandungan menarik dan asli.

Jenis hubungan visual menjadi kunci untuk menarik minat pengguna dan mendorong tindakan pembelian. Format video pendek dan dinamik sangat sesuai untuk pemasaran berkesan dan berpusat pada imej.

Namun, menggunakan mempengaruhi turut berdepan dengan cabaran. Menentukan mempengaruhi yang sesuai, iaitu individu benar-benar berkongsi nilai sama dan mampu membina hubungan tulen dengan pengikut adalah kunci untuk memastikan kempen berjaya.

Walaupun pemasaran mempengaruhi semakin berkembang, mengukur pulangan pelaburan tetap menjadi cabaran besar kerana keberkesanan kempen boleh berbeza-beza.

Selain itu, penipuan mempengaruhi seperti mempunyai pengikut palsu dan memanipulasi kadar interaksi, memberikan risiko kepada usahawan.

Usahawan perlu menyesuaikan diri dengan perubahan algoritma yang boleh memberi kesan kepada kemunculan dan capaian mereka.

Dalam persaingan semakin sengit, kelebihan kandungan unik dan berkesan menjadi semakin penting untuk menarik perhatian penonton.

Justeru, kunci kejayaan kempen digital adalah keaslian. Pengguna mudah mengesan kandungan tidak asli, jadi amat penting untuk usahawan bekerjasama dengan mempengaruhi yang benar-benar mempercayai produk mereka.

Melangkah ke hadapan, kecerdasan buatan (AI) dijangka memainkan peranan lebih besar dalam pemasaran mempengaruhi dan pengurusan rantaian bekalan.

Mempengaruhi yang juga pakar perundingan rantaian bekalan, Eric Kimberling dipetik berkata, AI sedang mengubah sistem pengurusan perniagaan, membolehkan syarikat membuat keputusan lebih berasaskan data.

Teknologi itu akan menjadi semakin penting apabila perdagangan sosial terus berkembang, apatah lagi pengguna boleh membeli produk secara langsung dalam aplikasi.

Realitinya, sekiranya usahawan mahu berjaya dalam pasaran sedang berkembang, mereka perlu menyesuaikan diri dengan landskap digital ini.

Dengan memanfaatkan pemasaran mempengaruhi, penggunaan teknologi AI bagi meramalkan trend dan keaslian dalam jenama, usahawan dapat membina kepercayaan pengguna dan mengukuhkan kedudukan di pasaran.