

Cari rezeki di bazar Ramadan, elak 'berniaga dalam gelap'

Noor Aslinda
Abu Seman
Johor Business
School, Universiti
Tun Hussein Onn
Malaysia

Bazar Ramadan sentiasa menjadi tumpuan dan menawarkan pelbagai juadah menarik, tetapi masih ramai peniaga gagal menilai prestasi harian mereka.

Tanpa strategi berkesan, keuntungan boleh terjejas akibat pembaziran, stok tidak terkawal atau pemasaran kurang efektif, sekali gus memerlukan peniaga melakukan post-mortem atau pascanilai secara harian.

Rekod jualan harian penting untuk mengenal pasti corak pembelian pelanggan. Jika sesuatu juadah lebih laris pada hujung minggu, peniaga boleh menyesuaikan kuantiti stok dan strategi jualan.

Peniaga juga perlu mengenal pasti waktu puncak untuk membolehkan mereka merancang tenaga kerja lebih efisien yang dapat mengelakkan kesesakan pelanggan dan kelewatan dalam penyediaan makanan.

Tanpa pengurusan kos yang baik, keuntungan boleh merosot walaupun jualan tinggi. Peniaga perlu meneliti kos bahan mentah, tenaga kerja serta perbelanjaan sampingan seperti bekas makanan dan promosi.

Jika kos bahan meningkat secara mendadak, peniaga boleh menukar pembekal atau mencari alternatif bahan mentah lebih murah tanpa menjejaskan kualiti makanan.

Dengan menilai perbelanjaan setiap hari, peniaga boleh mengesan kebocoran kos dan menambah baik margin keuntungan.

Maklum balas pelanggan juga aset penting dalam memastikan perniagaan kekal relevan. Peniaga boleh mengumpul maklum balas melalui media sosial, kod QR di gerai atau secara langsung daripada pelanggan.

Peniaga responsif kepada maklum balas pelanggan berpeluang membina reputasi baik dan menarik pelanggan setia.

Dalam suasana bazar penuh persaingan, peniaga perlu tampil kreatif menarik pelanggan seperti menawarkan diskaun pada jam terakhir sebelum berbuca bagi menghabiskan stok.

Bole juga menyediakan kad loyaliti Ramadan untuk pelanggan tetap yang boleh memberi ganjaran pembelian, selain memanfaatkan platform media

sosial bagi mempromosi makanan tular atau unik.

Konsep bazar tanpa tunai dengan tawaran diskaun kecil bagi pelanggan membayar melalui e-dompot juga boleh menarik minat golongan moden, manakala gerai berkonsep unik atau dekorasi khas boleh meningkatkan daya tarikan serta mencipta pengalaman membeli lebih menyeronokkan.

Strategi pemasaran

Dalam usaha menjadi kreatif, peniaga perlu memastikan strategi pemasaran tidak mengundang kontroversi.

Isu kebersihan makanan sering menjadi perhatian dan penggunaan bekas tidak sesuai seperti balang akuarium atau tong sampah sebagai tempat menyimpan makanan boleh mencetuskan imej buruk dan menjejaskan keyakinan pelanggan.

Oleh itu, peniaga perlu merujuk garis panduan keselamatan makanan ditetapkan Kementerian Kesihatan bagi mengelak dikenakan tindakan undang-undang, selain memastikan keselamatan pelanggan.

Kecekapan operasi juga penting dalam pengalaman pelanggan. Susun atur gerai yang kemas, masa

penyediaan makanan pantas dan sistem pembayaran digital dapat mengurangkan kesesakan serta menjadikan urusan jual beli lebih efisien.

Peniaga boleh memperkenalkan kaedah pratempahan melalui aplikasi atau media komunikasi, membolehkan pelanggan membuat tempahan awal serta mengambil makanan tanpa perlu beratur lama.

Menilai keuntungan harian penting bagi memastikan sasaran jualan tercapai. Jika jualan tidak memuaskan, peniaga perlu menyemak semula strategi harga, promosi dan kepelbagaian produk.

Contohnya, jika jualan menyusut pada pertengahan Ramadan, peniaga boleh memperkenalkan menu promosi atau pakej berbuka puasa untuk menarik pelanggan.

Dengan data tepat, keputusan lebih strategik dapat dibuat bagi meningkatkan keuntungan.

Pascanilai harian bukan sekadar menilai prestasi, bahkan perancangan untuk hari seterusnya. Peniaga berjaya sentiasa menambah baik perniagaan berdasarkan analisis data dan keperluan pelanggan.

Seperti kata pepatah, 'jangan berniaga dalam gelap tanpa arah yang jelas'.

(Foto hiasan)

