

# Anak muda kuasai pasaran *outlet*

**TIDAK** dinafikan pada abad ini, dunia perniagaan dalam talian atau *online* lebih cenderung digunakan oleh peniaga-peniaga muda. Ini kerana perniagaan dalam talian bersifat mudah dan pantas tetapi kebanyakannya hanya bertahan dalam jangka masa pendek. Namun, dalam membina suatu perniagaan yang bersifat jangka panjang, perniagaan yang menguasai pasaran fizikal adalah jawapannya.

Ada beberapa perkara yang perlu dipersiapkan oleh peniaga muda untuk terjun dalam bidang pengedaran ini. Antaranya:-

## ■ Pemilihan produk yang betul.

Sebelum terjun ke dalam bidang pengedaran secara offline, kita perlu mengetahui dan memastikan produk yang ingin diedarkan adalah produk yang sesuai dalam pasaran *outlet*. Produk yang dalam kategori *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)* iaitu produk yang laju dalam pasaran seperti air dan makanan (F&B), pewangi kereta adalah antara produk yang sesuai.

Namun, bagi produk-produk dalam kategori kecantikan dan kesihatan, elektrik dan elektronik (E&E) dan sebagainya, mungkin boleh sahaja fokus kepada penjualan dan pengedaran secara dalam talian kerana pelanggan sanggup untuk tunggu sehari dua bagi penghantaran.

Produk-produk kategori FMCG pula, mesti berada dalam premis runcit di kedai runcit, pasar mini, pasar raya atau pasar raya besar kerana pelanggan mahu terus mendapatkan produk-produk tersebut tanpa perlu menunggu.

## ■ Faham terma pembayaran.

Terdapat empat cara pembayaran yang digunakan oleh setiap *outlet* dan pasar raya seperti pembayaran tunai, hutang (kredit), bil ke bil (BTB) dan *consignment*. Tunai adalah bayaran terus oleh *outlet*. Biasanya peruncit tidak akan bayar tunai untuk produk-produk yang belum terkenal dan tidak ada sokongan promosi serta pengiklanan.

## GRADUAN USAHAWAN



Mohd. Noor Fadil Lanangka

Namun, jika pengedar mahir dalam teknik persembahan, berunding, serta ada tawaran harga yang menarik untuk bayaran tunai, ada kemungkinan peruncit akan ambil produk secara tunai. Terma secara kredit atau hutang amat jarang digunakan untuk kedai runcit. Tetapi ia adalah terma biasa di pasar raya besar. Kredit ditetapkan pada waktu tertentu. Contohnya, hutang selama 30 hari. Terma ini bermaksud peruncit mesti bayar total nilai produk kepada pengeluar tidak lebih 30 hari. BTB juga bukan secara tunai. Kita letak dahulu produk di kedai dalam kuantiti tertentu. Bila buat servis dan jika peruncit mahu buat tempahan semula, maka peruncit kena bayar untuk semua unit dalam bil yang dahulu sekalipun ada unit yang belum terjual. Jika peruncit tidak mahu buat tempahan lagi, selagi belum habis unit-unit terjual, maka pengedar kena tunggu sehingga peruncit hubungi semula atau maklumkan kepada kita bila mereka menambah produk.

*Consignment* bermaksud *outlet* tidak ambil atau bayar secara tunai, tetapi kita letak dahulu produk kita mengikut kuantiti yang dipersetujui dan *outlet* hanya akan bayar setakat jumlah unit yang terjual apabila kita membuat servis akan datang.

## ■ Penyediaan dokumen berkaitan.

Terdapat beberapa dokumen yang perlu kita sediakan sebelum menerusi *outlet* baharu. Antaranya, dokumen berkenaan produk seperti katalog untuk menerangkan segala kelebihan dan faedah dalam produk kita.

Sampel produk juga perlu disertakan untuk menjadi bukti keberkesanan produk kita. Selain itu, penyediaan dokumen seperti *invois* atau bil juga diperlukan. Ini bertujuan untuk

merekod stok yang kita keluarkan untuk setiap *outlet*.

## ■ Persiapan mental.

Ramai usahawan pengeluar pada hari ini lebih selesa menyimpan stok dalam stor walaupun kedai-kedai runcit telah tersedia depan mata untuk dijadikan premis runcit supaya produknya boleh diakses oleh pelanggan akhir dengan mudah dan cepat. Hal ini terjadi kerana kebanyakan orang kita mempunyai halangan mental yang kuat berbanding halangan fizikal atau ilmu. Antara halangan mental adalah takut ditolak, malu, segan dan takut dimarahi. Untuk terjun dalam bidang pengedaran ini, halangan sebegini perlu dirempuh.

## ■ Penentuan kawasan dan outlet yang sesuai.

Kawasan pengedaran kita juga amat penting untuk diperhatikan. Jangan edarkan produk kita di mana-mana sahaja tanpa hala tuju. Harus ambil kira di mana pusat kita beroperasi dan utamakan *outlet* yang berdekatan. Perkara ini perlu dipertimbangkan untuk memudahkan kita membina sistem terbaik dalam pengedaran. Setelah itu, barulah beralih ke kawasan lain. Pemilihan *outlet* juga sangat penting untuk meletakkan produk kita kerana terdapat juga *outlet-outlet* yang tidak berkualiti atas faktor tempat dan sebagainya.

## ■ Penyediaan jadual servis.

Buat jadual untuk servis iaitu waktu untuk kita pergi ke *outlet-outlet* bagi memeriksa jumlah stok dan ambil bayaran. Bagi produk baharu yang mungkin jualan masih perlahan, maka anda boleh buat servis sebulan sekali dan jika produk kita dalam pasaran itu laju, maka kita boleh buat servis dalam seminggu sekali ataupun dua minggu sekali. Jadual ini bertujuan untuk mengetahui tempoh yang perlu kita pergi buat servis semula ke *outlet* yang kita telah masuk.

## MOHD. NOOR FADIL LANANGKA

adalah pelajar tahun tiga Bachelar Pengajian Pengguna, Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia