

Strategi pasaran luar negara

Oleh Mohd Sabran Md Sani
sab@hmetro.com.my

Johor Bahru

Al Bukhary Group Network, pengeluar minuman teh kesihatan menyasarkan jualan sebanyak 360,000 kotak Teh RTG Al Bukhary sepanjang tahun depan.

Pengerusi merangkap pengasas produk itu, M Fauzi A Ghani, berkata sasaran itu mampu dicapai berikutan langkah syarikat melebarkan sayap perniagaan ke China dan Dubai.

"Ketika ini, sebanyak 2,000 hingga 5,000 kotak teh herba yang menggunakan tujuh ramuan herba tempatan dijual di pasaran tempatan setiap bulan.

"Pengeluarannya akan ditingkatkan hingga 3,000 kotak sebulan tahun depan sebaik memasuki pasaran Asia Tenggara.

"Selain China dan Dubai, Singapura, Brunei, Thailand, Filipina, Kemboja dan Vietnam adalah antara pasaran yang akan diteroka tahun depan," katanya, semalam.

Katanya, usaha memasarkan produk ke pasaran global berikutan jualan memberangsangkan dalam kalangan pengguna yang mendapat manfaat daripada penggunaannya ter-



masuk di Malaysia, Singapura dan Brunei.

"Teh kesihatan RTG Al Bukhary atau singkatannya Rahsia Teh Gaharu ini menyumbang jualan syarikat kerana dihasilkan menerusi penyelidikan dan pembangunan (R&D) teliti sejak 2012.

"Produk berpusat di Johor Bahru ini mengambil tempoh lapan tahun dalam pembangunan produk bermula daripada testimoni pengguna hingga ke peringkat penyelidikan.

"Bahkan pelbagai pembentangan produk diadakan bersama beberapa universiti tempatan termasuk Universiti Putra Malaysia (UPM) dan Universiti Ma-

laya (UM)," katanya.

Menariknya, kajian dilakukan mendapati produk yang dihasilkan mengandungi bahan bioaktif yang dinamakan Kompaun Polifenol yang baik untuk sistem imunisasi.

Katanya, pihaknya menjalankan banyak ujian bersama SIRIM, anak syarikat UM dan syarikat analisis swasta bagi memastikan bahan suplemen yang diambil tidak memudaratkan tubuh.

"Produk teh herba 7 dalam 1 RTG juga menjalani ujian mengikut piawaian antarabangsa. Antaranya ujian FDA Amerika Syarikat (AS) yang menjalankan ujian pelepasan logam berat,

ujian pelepasan bakteria dan ujian pelepasan bahan kimia.

"Selain itu, ia membabitkan ujian vitamin, ujian bahan mineral, ujian kompaun polifenol, ujian halal serta ujian ketahanan produk selama dua tahun," katanya.

Tujuh herba dalam teh RTG itu termasuk teh hitam, daun gaharu, misai kucing, belalai gajah dan tiga herba rahsia yang diperolehi daripada sumber tempatan.

Kata M Fauzi, setakat ini syarikat memberi fokus jualan melalui pemasaran digital seperti laman sosial Facebook (FB) dan yakin melalui kerjasama bersama



PRODUK RTG menjalani tempoh pembangunan selama lapan tahun sebelum dipasarkan secara komersial.

syarikat bertaraf Persijilan Analisis Bahaya dan Titik Kawalan Kritikal (HACCP) dan Amalan Pengilangan Baik (GMP), produk berkualiti dapat dihasilkan.

"Kami membuka peluang kepada mereka yang berminat menjadi pengedar di

seluruh negara," katanya.

Mereka yang berminat mengadakan usaha sama ke pasaran luar negara seperti Timur Tengah dan China boleh layari laman www.drdiabetis.org serta Fb pages = Albukhary Group/Dr Kencing Manis.