

DN 3.2: Membantu Kaedah Promosi dan Pemasaran Produk Tradisional

CADANGAN TINDAKAN DAN PROGRAM

Justifikasi Cadangan:

- Kebanyakan produk tradisional hanya diusahakan secara kecil-kecilan.
- Permintaan terhadap produk tradisional juga adalah terhad.
- Pihak kerajaan boleh membantu mempromosi dan memasarkan produk tradisional.

Komponen Cadangan:

- Menggunakan media sosial sebagai medium promosi
- Mempelbagaikan alternatif untuk promosi
- Memiliki agen/badan khas sebagai penasihat mempromosi produk
- Menyertai ekspo dan pesta bagi memupuk kesedaran masyarakat terhadap produk tradisional

Kaedah Pelaksanaan:

- Pelaksanaan projek melalui kerjasama awam dan swasta dan masyarakat desa.
- Strategi pemasaran produk tradisional dan tempatan desa adalah melibatkan aspek produk, harga, promosi dan tempat yang melibatkan pelbagai produk tradisional di kawasan kajian.

Rajah 6.4: Strategi Pemasaran Produk Tradisional dan Tempatan Desa



Sumber: Kajian PHS Desa Negeri Johor (Fasa 3: Johor Utara), 2021

Jadual 6.2: Perincian Produk Tradisional di Johor Utara

Kraftangan	Jenis Produk	Alamat	Daerah
<i>Arils Leatherville</i> Capal Kulit	Capal	Kampung Batu 2	Muar
Lukisan <i>Landscaping, Handicraft</i>	Aneka Kraf	Jalan Bunga Tanjung, Labis	Segamat
Pembuatan Kayu	Perabot	Pekan Air Panas, Labis	Segamat
Ukiran Kayu dan Khat	Ukiran	Kg. Serom 4, Sungai Mati	Tangkak
Hiasan Bunga, Sulaman dan Barangan	Aneka Kraf	Kg. Padang Lerek 2	Tangkak
Pembuatan Tengkolok dan Tanjak	Aneka Kraf	Jalan Imam Saat, Sagil	Tangkak

Sumber: data.gov.my

CADANGAN LOKASI

Cadangan ini melibatkan enam (6) buah kampung.

Daerah	Kampung Dalam Bandar	Kampung Luar Desa
Muar	1	-
Segamat	2	-
Tangkak	2	1
Jumlah	5	1

AGENSI PELAKSANA

Pemula	Pelaksana
<ul style="list-style-type: none"> • Institusi Latihan Perindustrian • Jabatan Tenaga Manusia (JTM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Jabatan Warisan Negara • Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan

ANGGARAN KOS

- Kursus latihan dan insentif tambahan = RM 50,000 x 6 = RM 300,000.

FASA PELAKSANAAN



Justifikasi Cadangan

Produk tradisional atau tempatan memerlukan strategi yang tepat untuk terus bersaing dalam pasaran Malaysia. Antara usaha dan tindakan yang boleh diambil bagi mengukuhkan industri produk tradisional dalam kawasan desa Johor adalah:

Media Sosial Sebagai Medium Promosi

Kebanyakan pengusaha produk tempatan terdiri dari pengusaha kecil-kecilan yang mengusahakan perniagaan dari rumah. Pasaran produk ini menjadi terhad hanya di beberapa kawasan tertentu. Penggunaan media sosial adalah medium yang terbaik untuk mempromosikan produk keluaran mereka dengan lebih meluas.

Alternatif Promosi

Usahawan desa yang biasanya menjalankan operasi di dalam kawasan kampung perlu mempamerkan papan tanda, bunting dan poster di tepi jalan utama sekaligus menjadikan pengguna jalan raya sebagai pelanggan mereka. Keberkesanan cara ini terbukti sebagai medium yang efektif dalam usaha mempromosi produk terutamanya dalam musim cuti umum dan perayaan.

Agen Seluruh Malaysia

Memiliki agen di serata Malaysia adalah salah satu cara yang mendapat maklum balas yang memberangsangkan. Agen juga kebanyakannya terdiri dari suri rumah dan ibu tunggal yang ingin menjana pendapatan sekaligus membantu menaikkan taraf kehidupan golongan ini. Oleh kerana itu, produk tempatan juga lebih mudah didapati dan tidak tertumpu pada kawasan sekitar sahaja.

Menyertai Ekspo dan Karnival

Terdapat pelbagai ekspo atau pesta keusahawanan yang diadakan untuk usahawan desa ini mempromosi produk keluaran mereka. Ini merupakan peluang terbaik bagi produk-produk tradisional untuk memperluaskan jualan. Terdapat pelbagai alternatif yang boleh digunakan untuk memasarkan produk tempatan dengan menjadikan pengusaha lebih dekat dengan pelanggan.

