



FACEBOOK SEBAGAI PLATFORM PEMASARAN

Mohd Shukor Harun

A. PENGENALAN

Seiring dengan pembangunan teknologi yang pesat, usahawan perlu mempersiapkan diri untuk mengambil peluang memasarkan produk melalui medium digital di samping melaksanakan pemasaran secara konvensional. Pada masa ini, kita dapat lihat ramai usahawan telah berjaya memasarkan produk atau servis mereka di dunia digital. Walaubagaimanapun, seseorang usahawan itu haruslah mempunyai ilmu yang kukuh dan terkini sebelum mengaplikasikan pemasaran digital bagi mendapat hasil yang diinginkan. Selain dari itu usahawan perlu juga melengkapkan diri dengan ilmu asas keusahawanan digital seperti teknik membuat copywriting, teknik close sale dan sebagainya.

B. OBJEKTIF

- i) Mendedahkan ilmu asas keusahawanan digital kepada peserta seperti teknik pemasaran digital, teknik mengendalikan pelanggan, teknik membina kedai secara digital serta teknik menjual serta close sale melalui platform digital.
- ii) Menjadi landasan kepada para usahawan untuk memahami dan memperkukuh pengetahuan dalam pemasaran digital di dalam sesuatu perniagaan.
- iii) Menanamkan etika dan akhlaq mulia selari dengan prinsip agama didalam menceburi dan menjalani bidang keusahawanan digital.

C. HASIL PENGAJARAN DAN PEMBELAJARAN

Pada akhir unit ini, peserta dapat:

- i. Memahami fungsi Facebook strategi pemasaran didalam sesebuah perniagaan.
- ii. Mempraktikan teknik penggunaan Facebook yang berkesan dalam memasarkan produk serta perkhidmatan semasa tempoh pandemik Covid19.
- iii. Menjadi usahawan yang bijak dalam memilih teknik pemasaran digital yang sesuai dengan perkembangan semasa .
- iv. Menjadi usahawan yang kompetitif serta berdaya saing melalui teknik dan tips yang di dedahkan melalui platform Facebook didalam memastikan kelangsungan perniagaan.

D. KATA KUNCI

- Memahami teknik penggunaan platform Facebook secara berkesan
- Pemasaran Digital

E. SASARAN PESERTA

- i. Terbuka kepada peserta yang berminat menceburkan diri dalam perniagaan
- ii. Minimum 30 orang

F. TEMPOH MASA PERLAKSANAAN

Jumlah masa yang diperuntukkan adalah 2 jam (120 minit), 1 jam untuk sesi pertama melalui pengenalan dan pendedahan ciri-ciri yang terdapat didalam Facebook yang dapat dimanfaatkan didalam perniagaan, manakala 1 jam seterusnya untuk sesi *hands on* bersama peserta.

| BIL/TARIKH | MODUL | HASIL |
|--|--|--|
| SLOT 1 1 Jam (12/11/2020) | FACEBOOK SEBAGAI PLATFORM PEMASARAN <ol style="list-style-type: none">1. Pengenalan pemasaran di Facebook2. Rasional Facebook Page untuk usahawan3. Cipta dan <i>Housekeeping Facebook page</i>4. Tips (Nama Page, Username)5. Teaser, Hardsell, Softsell6. Strategi Pengiklanan7. Format Iklan | <ol style="list-style-type: none">1. Peserta dapat menghasilkan FB page yang berkesan menggunakan platform Facebook dan seterusnya meningkatkan potensi jualan.2. Peserta dapat mengenali teknik pemasaran yang berkesan melalui platform facebook.3. Hands-on Activity |
| SLOT 2 1 Jam (19/11/2020) | TEKNIK COPYWITING BERKESAN <ol style="list-style-type: none">1. Kepentingan Copywriting2. Kenalpasti audience-segmentasi pelanggan3. Teknik copywriting- Teaser, Soft sell dan Hardsell4. <i>Format Copywriting</i>5. <i>Design -canva.com, postermwall.com</i> | <ol style="list-style-type: none">1. Peserta dapat meningkatkan potensi pembelian dengan teknik komunikasi yang betul.2. Peserta dapat meningkatkan pembelian dengan pelanggan yang sedia ada dengan teknik remarketing.3. Peserta dapat meningkatkan jualan dengan tawaran kepada pelanggan yang berminat tapi belum membeli.4. Peserta dapat mengetahui teknik penulisan yang betul dan menarik minat di media sosial.5. Hands-on Activity |

G. BAHAN-BAHAN PENGAJARAN DAN PEMBELAJARAN

- i. Komputer riba / telefon pintar

- ii. Nota kursus

H. KAEDAH PENGAJARAN DAN PEMBELAJARAN

| No. | Aktiviti | Kaedah pelaksanaan aktiviti | Masa |
|-----|------------------------------|--|----------|
| 1. | Syarahan | Ceramah | 30 minit |
| 2. | Perbincangan dalam kumpulan | 5 org dlm 1 kumpulan | 60 minit |
| 3. | Sumbang saran dan soal jawab | Pembentangan daripada peserta dan soal jawab dengan penceramah dan kumpulan peserta yang lain. | 30 minit |
| 4. | Rumusan | Ulasan daripada hasil pembelajaran dan objektif kursus | 5 minit |

I. PERLAKSANAAN AKTIVITI

| HURAIAN PERLAKSANAAN AKTIVITI | | |
|-------------------------------|------|--|
| Aktiviti 1 | i. | Syarahan mengenai fungsi asas yang terdapat didalam Facebook yang dapat dimanfaatkan sebagai agen pemasaran. |
| | ii. | Soal jawab mengenai teknik pemasaran digital dengan penceramah. |
| Aktiviti 2 | i. | Peserta diminta untuk berbincang secara sumbang saran dalam kumpulan dan menyenaraikan teknik pemasaran digital yang digunakan |
| | ii. | Bahan aktiviti akan dibekalkan kepada peserta |
| Aktiviti 3 | i. | Wakil peserta yang dipilih dikehendaki membentang kefahaman masing-masing melalui sesi percambahan idea yang telah di buat |
| | ii. | Wakil peserta diminta untuk memberi maklum balas mengenai sesi yang dijalankan. |
| | iii. | Praktikal teknik copywriting yang diajar dengan melakukan posting didalam Facebook para peserta. |

J. PENILAIAN

| PEMBAHAGIAN PENILAIAN | | |
|-----------------------|--|-----------------------|
| No. | Perkara | Pembahagian penilaian |
| 1. | Displin dan pengurusan masa | 20% |
| 2. | Kerja berpasukan | 10% |
| 3. | Komunikasi/interaksi | 10% |
| 4. | Moral dan etika | 30% |
| 6. | Pemikiran kritis dan menyelesaikan masalah | 30% |
| Jumlah | | 100% |

Profil



DR. MOHD SHUKOR HARUN, PhD, kini merupakan Pengarah di Pusat Keusahawanan Universiti USIM (PKUU) dan juga terlibat secara aktif dalam bidang Keusahawanan di USIM sejak 2016. Kajian beliau meliputi keusahawanan, perusahaan sosial, permulaan untuk graduan, tadbir urus korporat dan tanggungjawab sosial korporat (CSR). Beliau Pensyarah Kanan di Fakulti Ekonomi dan Muamalat, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM). Beliau ialah jurulatih yang disahkan yang terlibat secara aktif dalam perusahaan sosial, program keusahawanan dan aktiviti dengan universiti dan agensi kerajaan seperti UNESCO, SME Corp dan Maktab Koperasi Malaysia. Beliau juga telah membentangkan kerja penyelidikannya dalam beberapa persidangan tempatan dan antarabangsa di seluruh dunia mengenai CSR dan keusahawanan.