

Berniaga seperti mahu menang Piala Dunia

PIALA Dunia sentiasa menjadi pentas yang mempamerkan kehebatan pemain dan pasukan terbaik dunia.

Namun, di sebalik setiap jaringan dan kemenangan, terselit satu hakikat yang sering terlepas pandang, iaitu kejayaan sebenar lahir daripada strategi yang dirancang dengan teliti, bukannya bergantung kepada bakat semata-mata.

Kemenangan Sepanyol ke atas Perancis dan kebangkitan Argentina menewaskan England dalam aksi separuh akhir baru-baru ini membuktikan keseimbangan antara menyerang dan bertahan menjadi faktor utama kejayaan.

Sepanyol memilih untuk menguasai ruang permainan dan mengekang kekuatan lawan sebelum melancarkan serangan yang berkesan.

Argentina pula menunjukkan keupayaan menyesuaikan taktikal, kekuatan mental serta keberanian mengubah pendekatan ketika berdepan tekanan.

Prinsip yang sama sebenarnya amat relevan dalam dunia perniagaan.

Ramai usahawan beranggapan kejayaan hanya bergantung kepada kemampuan meningkatkan jualan, membuka lebih banyak cawangan atau memperkenalkan produk baharu.

Hakikatnya, pertumbuhan tanpa kawalan mampu mengundang risiko yang lebih besar.

Organisasi yang terlalu ghairah menyerang pasaran tetapi mengabaikan aspek kewangan, operasi dan pengurusan pelanggan akhirnya berdepan pelbagai masalah yang boleh menjejaskan kelangsungan perniagaan.

Dalam bola sepak, jurulatih yang bijak tidak akan membiarkan pemain menyerang tanpa sokongan barisan tengah dan pertahanan. Begitu juga dalam perniagaan.

Kempen pemasaran yang hebat tidak akan membawa kejayaan sekiranya bekalan bahan mentah tidak mencukupi, pekerja tidak bersedia atau sistem penyampaian gagal memenuhi permintaan pelanggan.

Strategi bertahan pula tidak harus disalah tafsir sebagai sikap takut mengambil risiko.

Sebaliknya, ia adalah usaha memperkukuh asas organisasi sebelum melangkah lebih jauh.

Mengawal kos, memperbaiki aliran tunai, meningkatkan kemahiran pekerja, mengekalkan pelanggan setia dan

memastikan kualiti produk sentiasa konsisten merupakan benteng pertahanan yang menentukan daya tahan sesebuah syarikat.

Bagi perusahaan mikro, kecil dan sederhana (PMKS), cabaran ini lebih ketara kerana mereka beroperasi dengan sumber yang terhad.

Oleh itu, strategi yang bijak bukanlah bersaing secara langsung dengan syarikat besar dari segi harga atau modal, sebaliknya menumpukan kepada kelebihan tersendiri seperti kepakaran khusus, perkhidmatan yang lebih pantas dan hubungan yang lebih rapat dengan pelanggan.

Dalam konteks Malaysia, pelbagai inisiatif di bawah kerangka Ekonomi Madani, termasuk geran pendigitalan dan insentif baharu kepada industri, membuka ruang luas kepada syarikat untuk meningkatkan produktiviti dan daya saing.

Namun, peluang tersebut hanya akan memberi manfaat jika disertai perancangan strategik, pembangunan modal insan dan pelaksanaan yang berkesan.

Teknologi, geran dan bantuan kerajaan hanyalah pemangkin. Kejayaan sebenar masih bergantung kepada kebijaksanaan pengurusan dalam membuat keputusan, mengenal pasti peluang dan bertindak balas terhadap perubahan pasaran.

Akhirnya, pengajaran terbesar daripada Piala Dunia ialah kemenangan bukan sekadar hasil serangan yang agresif.

Pasukan yang muncul juara ialah pasukan yang tahu bila perlu menyerang, bila perlu bertahan dan bila perlu mengubah strategi mengikut situasi.

Begitu juga dalam dunia perniagaan. Organisasi yang mampu mengimbangi keberanian merebut peluang dengan kebijaksanaan mengurus risiko akan lebih berupaya bertahan dalam jangka panjang serta membina kelebihan daya saing yang berkekalan.

Itulah strategi sebenar untuk bukan sahaja menang, tetapi terus kekal sebagai pemenang.

PROFESOR MADYA DR. DARWINA AHMAD ARSHAD

Pensyarah Kanan Pengurusan Strategik,
School of Business Management,
Universiti Utara Malaysia (UUM)



RAMAI usahawan beranggapan kejayaan hanya bergantung kepada kemampuan meningkatkan jualan, membuka lebih banyak cawangan atau memperkenalkan produk baharu.