

21/04/1999

Tidak ada perabot berciri Malaysia

Zaini Zainuddin

BELIAU langsung tidak menyembunyikan kekecewaan dan kemarahannya. Kata-katanya yang keras dan pedas diluahkan secara terus terang. Beliau mungkin berjenaka dan mempamerkan telatah lucunya sehingga mengundang ketawa hadirin, namun dalam setiap ucapannya berkaitan industri perabot, ia sentiasa padat dengan saranan dan teguran yang cukup mengesankan. Menteri Perusahaan Utama, Datuk Seri Dr Lim Keng Yaik jelas tidak berselindung langsung apabila menyentuh kelemahan pengusaha perabot tempatan dalam mengetengahkan hasil keluaran masing-masing.

Apa yang diucapkan beliau terlalu banyak kebenarannya, bahawa pengusaha perabot tempatan tidak cekap merebut peluang pasaran; pengusaha perabot tempatan belum berani menghasilkan reka bentuk sendiri; pengusaha perabot tempatan kurang memberi perhatian kepada cara barangan dipersembahkan bagi memikat pembeli.

Berbeza pengusaha Barat yang amat menitikberatkan mutu persembahan sebagai daya tarikan, pengusaha tempatan umumnya cukup berpuas hati dengan hanya melambakkan barangan mereka. Kebanyakan pengusaha Barat tidak lokek berbelanja untuk menghias ruang pameran mereka berteraskan tema tertentu, bahkan sesetengahnya melantik jureka dalaman khusus bagi melaksanakan kerja berkenaan.

Sebaliknya kebanyakan pengusaha tempatan menganggap kecantikan ruang pameran hanya untuk tempoh singkat, jadi tidak perlulah mengeluarkan wang yang banyak bagi tujuan itu. Maka kejadian di pameran perabot antarabangsa di Eropah baru-baru ini, yang disertai 28 pengusaha perabot Malaysia, bukanlah sesuatu yang mengejutkan.

"Saya gembira melihat kebanyakan ruang pamerannya mengetengahkan warna terang dan serasi, tetapi apabila terpancang saja ruang pameran dari Malaysia, hati saya sungguh kecewa. Walaupun saya bangga dengan penyertaan mereka dalam pameran bertaraf dunia, pada masa sama saya sedih melihat sikap sambil lewa mereka yang melambakkan barang macam rojak," kata Dr Lim.

Keadaan lebih buruk di Cologne apabila semua 28 pengusaha berkongsi ruang seluas 2,000 meter persegi, menyebabkan keadaan sesak dan sukar dilalui pengunjung sedangkan peserta negara lain yang mengambil ruang sama menggunakannya untuk mempamerkan satu produk saja. Lalu lahirlah apa yang disifatkan Dr Lim sebagai gerai pasar malam.

Rata-rata begitulah sikap pengusaha kita. Mereka umumnya lebih ghairah untuk mempamerkan segala hasil keluaran kerana menganggap cara ini memudahkan pelawat melihat lebih dekat barangan yang dijual, menjadikan ruang pameran kelihatan seperti stor.

Meskipun pertandingan Anugerah Ruang Pameran Terbaik yang diperkenalkan Majlis Kayu-Kayan Malaysia (MTC) dengan kerjasama Majlis Perindustrian Perabot Malaysia (MFIC) pada Pameran Perabot Antarabangsa Malaysia (MIFF) 1996 sudah menampakkan sedikit hasil, pencapaian yang diharapkan masih jauh.

Matlamat pertandingan memanglah baik, iaitu menggalakkan persembahan pameran inovatif sebagai teknik pemasaran, di samping berusaha meningkatkan daya tarikan terhadap perabot negara melalui pameran estetik dan mempromosikan reka bentuk kreatif dalam persembahan perabot.

Ciri yang dinilai termasuk konsep reka bentuk (keasliannya), reka letak, persembahan (kreativiti, keunikan, penggunaan lampu dan warna, penggunaan perhiasan, penggunaan grafik untuk memperkenalkan korporat dan produk),

suasana serta layanan.

Tahun pertama pertandingan, panel hakim sepakat mengatakan tahap kesedaran pengusaha terhadap kepentingan mereka bentuk ruang pameran masih rendah. Mereka bukan saja membiarkan ruang lantai, siling dan dinding pada keadaan asalnya, bahkan tidak mempedulikan langsung soal pencahayaan, perhiasan dan susun atur barang jualan. Pengusaha yang menunjukkan kesungguhan menghias, dengan memanfaatkan setiap inci ruang untuk mempamerkan kreativiti dan hasil keluaran, boleh dibilang dengan jari.

Tahun kedua pertandingan (MIFF '97) juga tidak banyak berubah, tetapi peserta mula menunjukkan kematangan dalam MIFF berikutnya. Sama ada bagi ruang pameran jenis yang diubah suai (renovated booth) atau asas (standard shell booth), beberapa syarikat sudah berjaya menampilkan konsep dan kreativiti dalam mengetengahkan produk serta imej syarikat. Begitupun, jumlahnya masih belum boleh dibanggakan.

Tidak dinafikan MIFF banyak menyumbang kepada industri perabot negara yang berkembang pesat sejak 10 tahun kebelakangan. MIFF anjuran MIFF Sdn Bhd dengan kerjasama MFIC jelas memberi nafas baru kepada pertumbuhan sihat ini, apatah lagi penganjurannya mendapat sokongan penuh Kementerian Perusahaan Utama.

Laporan rasmi MIFF Sdn Bhd menyebut, jumlah penyertaan meningkat daripada hanya 152 syarikat yang mengambil bahagian dalam pameran sulung pada 1995 kepada 256 tahun ini.

Begitu juga keluasan ruang pameran yang bermula dengan cuma 12,000 meter persegi terus membesar menjadi 25,000 meter persegi, membabitkan enam dewan besar dan ruang legar di Pusat Dagangan Dunia Putra bagi menampung permintaan peserta yang menggalakkan.

Tidak cukup dengan itu, bilangan negara yang mengunjungi pameran turut menunjukkan peningkatan. Pada tahun awal diadakan dahulu, ia hanya dikunjungi peserta dari 50 negara, tetapi MIFF '99 berjaya menarik kunjungan 4,986 pembeli asing dari 101 negara di seluruh dunia. Jumlah pelawat tempatan juga berkurangan hampir 17 peratus, sekali gus memberi kesan positif kepada MIFF yang secara perlahan-lahan dilihat sebagai pameran perdagangan perabot yang mendapat pengiktirafan antarabangsa. Bahkan tahun ini juga menampilkan penyertaan julung kali pengusaha perabot Asean.

Hasil jualan dalam MIFF '99 turut mencatatkan sumbangan 40 peratus daripada keseluruhan nilai eksport perabot Malaysia. Dalam tempoh lima hari pameran diadakan pada awal Mac lalu, ia berjaya mengumpulkan tempahan daripada pembeli asing bernilai RM1.6 bilion, bertambah 12.9 peratus daripada perolehan tahun lalu. Namun, jumlah yang diperolehi itu tentunya besar lagi jika diiringi kesungguhan pengusaha untuk memasarkan keluaran mereka secara lebih agresif dan menguntungkan menerusi persembahan barangan yang lebih memikat bagi menarik perhatian pembeli. Jika berasa mahu menunjukkan setiap barangan yang dikeluarkan, beri keutamaan kepada hasil terkini manakala yang lain boleh menjadi hiasan sampingan atau disusun kemas di satu sudut.

Pada masa sama jangan mengabaikan soal mutu dan keupayaan menghasilkan reka cipta sendiri. Hakikat bahawa MIFF berjaya meraih sejumlah besar tempahan membuktikan keyakinan masyarakat antarabangsa terhadap mutu perabot kita, tetapi tentulah lebih elok lagi kalau kita dapat mempersembahkan identiti sendiri dalam reka bentuk perabot sebagai tanda pengenalan.

Perdana Menteri, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad; Menteri Perdagangan dan Perindustrian Antarabangsa, Datuk Seri Rafidah Aziz dan Dr Lim sudah acap kali mengingatkan perkara ini setiap kali merasmikan seminar atau pusat pameran perabot, namun pengusaha kita masih gemar meniru rekaan asing. Ciri kebangsaan hanyalah pada bahan mentah yang digunakan.

Kesan kemasukan perabot luar dan perubahan cita rasa masyarakat dikatakan membantut usaha menghasilkan perabot mereka bentuk tempatan. Lagipun pasaran perabot kita sudah lama terdedah kepada pembelian secara pukal dan pembeli lazimnya menentukan rekaan perabot yang diinginkan. Jadi pengeluar hanya menghasilkan perabot mengikut tempahan dan kalau ada pun yang menghasilkan perabot berciri Malaysia, ia gagal menembusi pasaran antarabangsa, khususnya di kalangan pembeli Barat.

Benarkah? Hakikatnya, pengusaha kita tidak berani dan kurang yakin untuk memasarkan perabot berkenaan. Mereka takut kerugian. Mereka tidak mahu berbelanja untuk mencuba sesuatu yang baru. Kita juga kekurangan pereka perabot profesional kerana belum ada institusi yang menganjurkan kursus reka bentuk perabot sepenuhnya. Yang ditawarkan adalah kursus reka bentuk industri dan pelajar hanya didedahkan kepada bidang reka bentuk perabot pada tahun awal pengajian.

(END)