

19 Ogos 2009

EKONIAGA

Pusat satu hentian bagi memenuhi keperluan perkahwinan

Oleh Atiyah Mohd Said

PUSAT di bawah satu perhentian bagi segala keperluan dan kelengkapan majlis perkahwinan Melayu dan bukan Melayu.

Itulah khidmat niaga yang disediakan Cik Azlin Marian Ahmad apabila beliau memikirkan cara untuk membantu syarikat-syarikat khidmat perkahwinan yang beroperasi dari rumah bagi membantu golongan tersebut yang masih berasakan bahang kegawatan ekonomi.

Cik Azlin atau lebih dikenali sebagai Cik Lyn, 36 tahun, adalah pemilik The Cosmopolitan Events & Consultants - sebuah syarikat pengurusan acara yang mengilhamkan The Wedding Mansion iaitu gabungan 20 syarikat di bawah satu bumbung yang terletak di Emerald Hill.

Mereka terdiri daripada lapan syarikat Melayu dan 12 bukan Melayu yang menawarkan pelbagai khidmat perkahwinan seperti andaman, pakaian, berkat dan fotografi.

Menurut Cik Lyn, yang mempunyai pengalaman bekerja dalam bidang itu selama 16 tahun, idea menubuhkan pusat sehenti itu timbul selepas pameran dagangan Wedding Diary Asia diadakan buat julung- julung kalinya di sini pada Mac lalu.

Acara yang disokong oleh Lembaga Pelancongan Singapura (STB) itu telah menemukan beliau dengan banyak syarikat kecil yang sedang bergelut untuk bertakat.

'Krisis ekonomi menyebabkan sesetengah syarikat terpaksa tutup kedai dan beroperasi dari rumah sementara ada pula yang semakin kurang menerima pelanggan kerana lebih ramai pasangan yang berjimat,' kata Cik Lyn.

Dengan bermodalkan \$50,000, beliau menghasilkan konsep pusat sehenti yang bermatlamat menolong para peniaga bidang itu yang ingin memiliki ruang kedai pada harga sewa yang rendah, mempromosikan satu sama lain dan membantu syarikat berkembang.

'Lazimnya, sesebuah syarikat khidmat perkahwinan hanya mendapat bisnes empat kali sebulan. Jadi bukan mudah untuk bertahan, apatah lagi dengan keadaan ekonomi yang tidak menentu.

'Menerusi cara ini, mereka dapat berkongsi sewa kedai antara \$500 dengan \$1,000 bergantung kepada saiz ruang yang diambil. Bayaran ini termasuk bil elektrik dan usaha pemasaran dan pengiklanan.

'Kebanyakan penyedia khidmat itu juga baru dalam industri ini tetapi mempunyai produk yang baik dan bermutu. Namun mereka tidak tahu bagaimana untuk memasarkan, jadi kami juga membantu dalam aspek itu,' ujar Cik Lyn.

Dua pegawai perhubungan tetamu ditugaskan di kedai tersebut bagi memadankan keperluan para pelanggan dengan penyedia khidmat yang relevan.

Apa yang menarik juga, ia menyasarkan pasaran bukan Melayu sebagai strategi untuk kekal berdaya saing dalam industri perkahwinan yang sangat sengit.

Antara mereka yang meraih manfaat ialah Cik Watti Harry, pemilik Cover Brides, yang pernah memiliki kedai di Bussorah Street

'Alhamdulillah, saya menerima ramai pelanggan Melayu yang kahwin campur dan ini memberikan pendedahan lebih luas.

'Pada mulanya, agak sukar untuk pelanggan bukan Melayu menerima orang Melayu melakukan andaman tetapi lama-kelamaan mereka sedar bahawa khidmat solekan saya adalah serba boleh dan boleh memenuhi cita rasa mereka,' kata Cik Watti.

Sejak ditubuhkan, The Wedding Mansion menerima seramai 20 hingga 30 pelanggan setiap hari.

Antara syarikat di bawahnya termasuk Mahligai Asmara, Cinderella dan Nur Three's Creations.