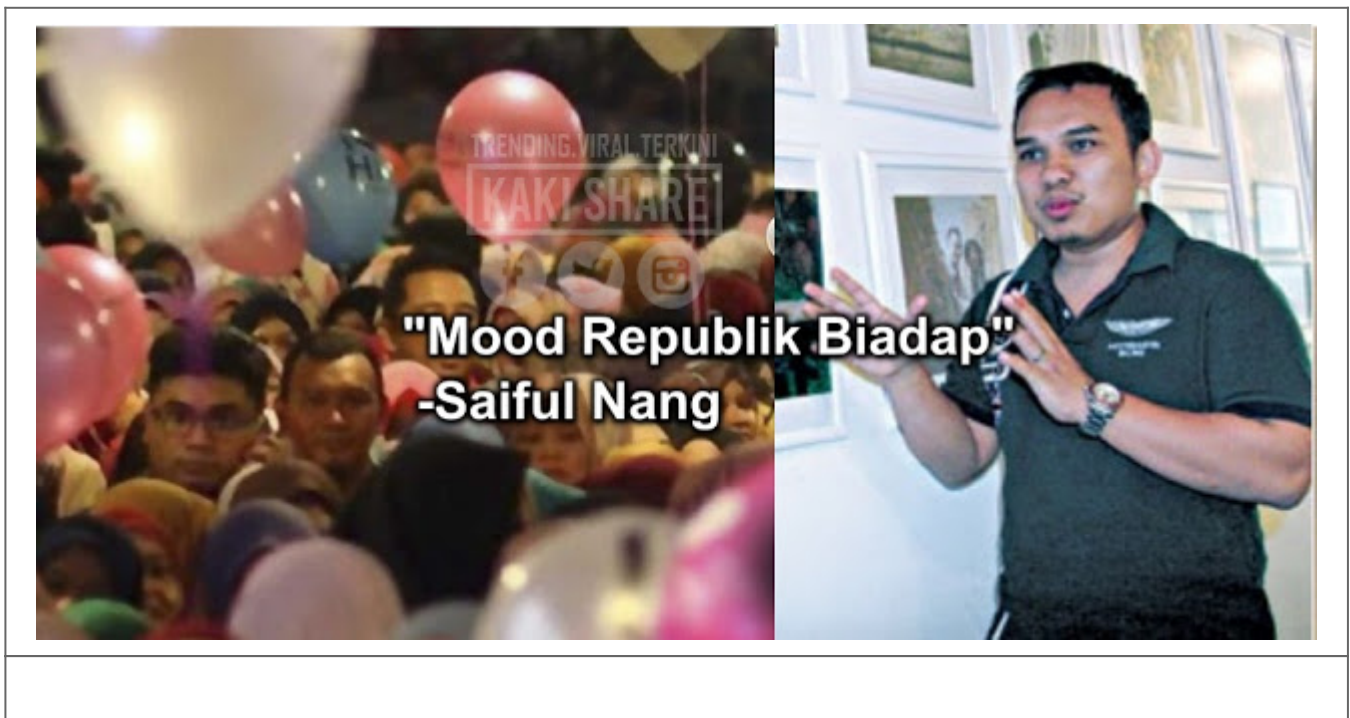


Mood Republik Festival No 1 Paling Biadap Di ASIA – Saiful Nang

Mood Republik Festival No 1 Paling Biadap Di Malaysia – Saiful Nang

[22:41:00 Artis](#), [Terkini](#), [Viral](#)



MOOD REPUBLIK FESTIVAL NO.1 PALING BIADAB DI MALAYSIA!

Tahun ini sekali lagi penganjur festival yang menggelarkan mereka yang terbaik dalam pasaran melakukan lagi sekali strategi baling duit mereka. Sebelum itu, cerita ini panjang lagi...dan baling duit ini hanya triggering factor sahaja. Sekali lagi, netizen meradang mengatakan itu tidak patut.

Sudah tahun ke 14 saya meniaga, saya belum pernah lagi terdesak menjalankan strategi pemasaran yang pada saya

menghinakan diri dan juga yang lain.

Anjing lapar kalau minta makan kemudian kita baling makanan pada anjing tu pun dia pandai marah dan gigit kita. Ini pula orang. Nak bagi, kan elok beradab bukan nak bagi habis semua dilempar.

Apa yang saya nak tulis di sini, pada hujung tahun lalu saya dah suarakan hasrat nak menegur face to face, namun CEO hanya menghantar bodyguard sahaja. Ditulis secara tertutup namun tiada kesan dan masih berterusan. Hari ini, saya fikir, elok masyarakat juga tahu apa yang saya tak berjaya nak sampaikan kepada CEO MR secara tertutup.

Saya komen **isu baling duit dahulu**. Kalau orang Jawa dia pantang betul rezeki dibaling-baling, dipijak-pijak walaupun kadang-kadang orang Jawa juga yang baling ambo-ambo masa ada wedding. Budaya ni kena berhentikan. Hari ini budaya main berebut ambo-ambo dari kecil lagi, nanti besar nak masuk lorong tol orang potong queue kerana semua berebut-rebut taknak bagi orang lain masuk, kita pula marah. SEdangkan kita dah ajar mereka untuk jadi manusia perebut dari kecil lagi. Nanti makcik-makcik yang suami kena rebut dengan anak dara dan janda muda tak puas hati juga.

Sama juga isu baling duit, pada saya ia "kuwalat" orang Jawa kata. Dalam bahasa Melayu dipanggil "Biadab". Trick marketing sahaja semua tu. Kalau dikatakan 50,000 duit turun dari langit, tak ada siapapun audit dan kira betulkah yang dibaling itu betul jumlahnya. Makcik-makcik, anak-anak gadis, beresak bergesel dengan bujangan dan suami-suami orang hingga terselak tudung, terselak kain, terlucut bra semua gara-gara nak tangkap wang kertas yang jatuh.

Pertama, tukang rebut tu sila lihat harga diri sendiri ada di mana hari itu? Kerana ada golongan macam kamulah, CEO dan juaknya tiap-tiap tahun buat trick sama. Yang baling tu dah tentulah moralnya rendah. Dan memang mereka suka nak diviralkan cerita itupun dan itu juga salah satu teknik marketing. Saya ni menulis artikel inipun untuk "membantu" marketing mereka juga.

MOOD REPUBLIK tahun ini kami tidak sertai lagi. Sebagai peniaga tidak, pelawat juga tidak. Cuma kebetulan minggu sudah terpaksa memenuhi undangan berbuka puasa bersama Majlis Profesor Negara dan menjengah jugalah kawan-kawan yang baru nak mencuba MR ini. Rakan-rakan lama yang berniaga bersama tahun sebelumnya, sudah tak banyak nampak dalam senarai. Jenama-jenama besar juga sudah tidak kelihatan kecuali satu dua sahaja yang tinggal.

Keangkuhan CEO-nya punca kami tarik diri. Mereka terkenal dengan buat expo macam konsert. Didie Alias akan dibayar untuk menceceh sepanjang festival dan artis-artis ditabur dengan booth-booth percuma asalkan nak masuk. Jenama besar yang telah withdraw dipujuk kembali untuk masuk dengan tawaran percuma pelbagai juga, akhirnya yang membayar kos premium setiap booth ialah usahawan-usahawan baru nak up. Mendengar cerita-cerita power dalam preview usahawan MR, memang siapapun tak teruja. Baru dilambung pakej khusus untuk 50 orang, tak sampai 30 saat habis sold-out seperti piranha memakan ayam. Sekejap sahaja dah tinggal tulang. Rupanya, sebahagian besar yang dilihat berlari ke pentas merebut adalah orang yang tak dikenali dalam industri. Last-last baru tahu, itu semua telah diarahkan untuk berebut konon-konon macam laku sangat.

Berbalik kenapa kami withdraw, mudah sahaja. Kami membuat cadangan kepada CEO memandangkan event ini HAVOC dengan penggunaan Didie Alias dan havoc maker yang lain, disarankan supaya menggunakan lebih banyak speaker kecil yang di letak merata berbanding hanya beberapa speaker besar yang diletakkan di setiap penjuru. Jika diletak serata speaker kecil tetapi banyak, orang tak lah rasa bingit dan bunyinya pun sedap. Tapi bila dia letak di penjuru tepi dan nak bagi orang tengah dewan rasa kuat, orang depan speaker yang jadi azab sampai 3 hari kena jerit nak bercakap dengan customer. Sampaikan abg aji punya salesgirl yan ayu bertudung labuh dah macam singa mengaum bercakap dengan pelanggan.

Namun, cadangan itu ditolak mentah-mentah. Kami nak jumpa CEO, dihantarnya bodyguard pula. Akhirnya, persatuan sementara **BOOTH DEPAN SPEAKER bersetuju untuk unplugged speaker itu**

setelah rayuan menurunkan volume gagal, lalu dihantarkan kepada kami penyayang MOOD REPUBLIK yang bahasanya

“BAYAR GANTI RUGI KAMI, ATAU KEMAS BARANG SEKARANG DAN BERAMBUS”.

Lalu kami jawab

“Bayar dahulu gantirugi booth depan speaker yang tak ada sales dan semua orang lalu sini tutup telinga”.

Lalu dengan machonya bodyguard itu berkata

“Jangan sampai CEO turun”

(macam ada aku takut)

Tapi sampai habis event, CEO tak berani lalu depan booth depan speaker. Kesian dia, ajak jumpa tak mahu tapi hantar bodyguard pulak.

Di situ saya nampak, MR ialah sebuah Festival PROPA LEBIH. Kepada usahawan sekalian, anda kena cari group whatsapp usahawan MR dan di situ anda tahu cerita sebenar, berapa ramai yang jualannya sampai 7 digit seperti yang digembar gemburkan oleh CEO dan COO. Nama yang digambarkan jualan sampai juta-juta itupun, jualannya nak melepasi 5 digit kena struggle.

CEO bajet tuhan juga ialah orang yang berani menengking pengunjung menggunakan pembesar suara dan didengari seluruh dewan makian hamunan sentap tak bertamadun. Kau siapa?

Usahawan kecil yang baru nak up, **rasanya elok sewa booth di Kompleks PKNS sewa RM800 selama 10 hari dari sewa sampai RM6000 satu booth di MR.** Honestly, tak berbaloi. Ok, untuk company saya, memang kita tak ada masalah dalam jualan. Dia letak kita depan speaker, kita pasang speaker sendiri lawan. Tapi nanti ada gangster dia datang “Speaker sendiri tidak dibenarkan”.

Percayalah usahawan semua, MR hanya indah khabar dari rupa

sahaja. Kalau jenis peniaga pasar malam, memang sangat sesuai masuk MR kerana crowd yg datang kebanyakan expect buy 1 free 8 kind of customers. Dah diskaun dari RM sejuta jadi RM80 boleh minta lagi kurang jadi 80 sen.

Semasa menghadiri buka puasa di PWTC beberapa hari lepas, sempat menjengah dan benar-benar terasa tahun ini, MR Rayafest mereka sangat hambar dan traffic boleh saya katakan menyusut hampir 50% (tapi CEO pasti akan kata, traffic 5 juta orang kan). Pergi sendiri, lihat sendiri.

Saya pernah mesej kepada guru kepada kedua-dua anak muda CEO dan COO ini semasa mereka menjalankan preview usahawan 2 tahun yang lalu. Saya mesej beliau

“Anak murid you, dasyat...I am proud with what you have taught them bro”.

Tetapi hingga hari ini, saya masih tidak sampai hati nak menulis kepada sifu mereka itu “Your anak murid is superior egoistic, arrogant and snobbish and need to overhaul their attitude”. But I know, that sifu is reading this article.

Sehingga hari ini, tiada satu permohonan maaf dari mereka apabila peniaga MR lebih 80% komplek tahun lalu kerana traffic yang mereka bawa masuk ialah traffic pasar malam dan usahawan yang mereka bawa masuk ialah jenama premium. Akhirnya yang dijawab ialah dengan 1 surat panjang lebar “DARI CEO” yang jika saya boleh ringkaskan bunyinya ialah...

“Jangan komplek tak buat untung kalau orang lain kebanyakannya buat untung, gunakan strategi marketing masing-masing...MR dah bawa traffic, dan bergantung kepada koranglah pandai-pandai nak hidup”.

Dalam dewan itu juga, surat itu banyak dibuang peniaga atas lantai menjadi tempat pijak orang yang lalu lalang. Tahun lepas, semasa MR Rayafest di PWTC, Bangi Sentral pada hujung minggu agak lengang dari biasa. Tetapi pada tahun ini, semasa MR berjalan, Bangi Sentral sesak luarbiasa.

MENGAPA?

Peniaga-peniaga Bangi Sentral yang terkenal dengan butik-butik premium KEBANYAKANNYA SUDAH TIDAK LAGI MENYERTAI MR. Kepada usahawan yang baru nak up, atau usahawan yang beli pukal jubah dari Vietnam main harga timbang kati lepas tu nak jual dengan harga RM100 dapat 3 helai, silakan ke MR. Untuk premium, datang sahaja ke butik jenama itu sendiri.

MR sudah hilang taring apabila peniaga dan pengunjung adalah orang yang tidak match. Peniaga premium tetapi crowd pasar malam akhirnya crowd balik cuma beli makanan sahaja, dan peniaga tak boleh nak berjual. Tapi semua ini tidak ada masalah jika CEO dan COO-nya tidak angkuh dan boleh dibawa berbincang.

Apakah jenis manusia yang kita mohon baik-baik nak berbincang dihantarkan kepada kita bodyguard dan gangster?



Kepada peniaga yang terasa MR booth ni hebat sangat, jangan terpedaya sangat dengan marketing. Kalau tahun lepas, viral bila ada peniaga kononnya datang nak bayar booth masa hari event tapi penganjur kata sudah penuh dan peniaga yang kecewa siap baling duit lagi. Viral lah kemudian video itu sedangkan mesej besarnya ialah nak bagitahu

“Wehhh...MR punya booth gila babi hot, ramai orang melepas...ko lambat, ko melepas”.

Sedangkan, itu semua hanya lakonan yang kurang menjadi. Sama macam King Coco berebut tempat dengan ntah mamat mana di sebuah restoran. Nak diiklankan restoran tu, tapi buatlah kes berebut tu.

Kepada pengunjung yang terasa kena tahan depan pintu masuk, nak patah balik tak boleh. Nak ke depan, security kata “Kami tutup sekejap dan akan buka sebentar lagi, sila tunggu” sampailah orang berkumpul ramai dari pintu masuk dewan hingga ke jambatan dari main building PWTC ke seberang sungai...
BARULAH CEO BUKA PINTU DAN ORANG MENYERBU seolah-olah macam setiap masa orang havoc menyerbu, membeli belah macam petik daun teh. Itu semua dirakam dan semua itu ada tricknya.

Janganlah rasa hebat sangat MR ini sampai orang berebut. Bagi jenama-jenama besar, MR tidak lain hanyalah tempat untuk FLUSH OLD STOCK dan bukan tempat buat duit sangat pun. Dari stock memenuhi store dan menyemak tunggu dimakan lipas, baik flush stock di MR.

Bermula dari baling duit, marketing menipu dengan lakonan, penggunaan “army” (orang yg dibayar utk berebut) semasa penjualan booth, menangani pandangan pelanggan dengan cara gangster, CEO yang arrogant, tahan orang dipintu sampai ramai macam empangan nak pecah sampai orang tua-tua pun ada sampai nak pengsan-pengsan kena hold traffic semata-mata nak bagi nampak MR POWER RAMAI ORANG DATANG! dan banyak lagi membuatkan **MR BERJAYA MENJADI FESTIVAL PALING BIADAB NOMBOR 1 ASIA.**

Saya tak mahu doakan MR lingkup, tapi saya mahu doakan anak muda ini lebih berhemah dan menghormati orang lain. Saya menulis apa yang anda baca hari ini pada hujung tahun lalu secara tertutup, tetapi hingga ke hari ini tiada lagi perubahan dan keangkuhan bertambah dan mereka tidak pernah meminta maaf walaupun saya edarkan surat itu secara tertutup setelah percubaan berjumpa CEO hanya berakhir dengan berjumpa bodyguard sahaja. Tak payahlah nanti nasihatkan saya lagi,

kenapa tak jumpa sahaja cakap face to face (dah, tak berjaya) ataupun kenapa tak tulis secara tertutup (sudah). Dan ini memang jalan terakhir.

Hari ini, saya seorang usahawan yang tak ada propa-propa lebih. Saya percaya dengan Words of Mouth is still the best marketing on earth. Setelah 14 tahun berniaga dengan lebih kurang 15 jenis perniagaan dengan berpuluh salesman nak jual gelaran datukship dan mungkin haters yang agak ramai...saya masih lagi tidak memerlukan bodyguard dan bebas berjalan ke mana-mana sahaja tanpa perlu rasa takut.

Kita mahu CEO ini berubah, kita bukan mahu anak muda ini lingkup. Tapi CEO ini perlu tahu, keangkuhan itu bukan karakter yang membuatkan mereka boleh kekal lama menjadi "NOMBOR 1" (seperti yang mereka katakan). Saya bukan artis yg dapat booth free, dan mungkin sebab itu CEO susah nak entertain org macam saya nak berunding. Kerana dia ingat, atau mungkin sangka...apa sahaja saiful nang boleh buat? Kan?

Sekian

SAIFUL NANG

Bekas Usahawan MR

*Seruan kepada usahawan MR dan pengunjung yang lain. Dipersilakan menambah point di bahagian komen.