

PKS perlu beralih kepada e-dagang

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) mahu lebih banyak perusahaan kecil dan sederhana (PKS) beralih kepada e-dagang.

Menterinya, Datuk Alexander Nanta Linggi, berkata pihaknya mendapati ramai pengusaha PKS sudah menggunakan platform dalam talian untuk memasarkan produk dalam tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP).

Bagaimanapun, katanya, ada juga pengusaha PKS yang tidak menggunakan platform berkenaan dan perniagaan mereka terjejas akibat penularan pandemik COVID-19.

"Justeru, kita berusaha membantu mereka bagi meningkatkan ekonomi peniaga dan negara. Saya tiada jumlah sebenar berapa ramai peniaga terjejas, tetapi ia agak tinggi. Mereka memerlukan sokongan kerajaan dan rakyat dalam tempoh sukar ini.

"Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM) yang dilancarkan kerajaan ini akan menjadi 'talian hayat' kepada mereka," katanya pada sidang media selepas melancarkan Kempen Beli Barangan Malaysia dan Kempen Love Local bersama Petronas Dagangan Berhad (PDB) di Kuala Lumpur, semalam.

Mengulas lanjut, Alexander berkata, KBBM pada tahun ini akan memfokuskan kepada membantu dan menyokong industri



Alexander (dua dari kanan) bersama Naib Presiden Pemasaran Petronas, Ahmad Adly Alias (kanan) melancarkan Kempen Beli Barangan Malaysia dan Kempen Love Local bersama Petronas Dagangan Berhad (PDB) di Kuala Lumpur, semalam. (Foto Bernama)

tempatan menjana pendapatan serta memperoleh keuntungan berterusan.

"Kita mahu mereka ini mencatat keuntungan berterusan dan kekal menjadi pembekal produk di pasaran tempatan. Ia penting supaya setiap pekerja mereka dapat dikekalkan.

"Bayangkan sekiranya banyak perniagaan kecil tutup, apa akan berlaku. Pastinya ramai akan hilang kerja," katanya.

Beliau berkata, KPDNHEP

akan berusaha membantu peniaga tempatan mempromosi produk mereka sama ada jualan secara fizikal mahupun dalam talian.

Katanya, sokongan semua pihak termasuk pihak swasta seperti PETRONAS dapat membantu PKS meneruskan perniagaan.

Katanya, pihaknya sentiasa mengamalkan dasar pintu terbuka kepada semua pemain industri dan bersedia membantu mereka termasuk pemain industri

di Sabah serta Sarawak.

Mengikut rekod, nilai hasil jualan dicatatkan pembekal PKS dalam kempen ini mencecah RM29.7 juta sepanjang Ogos sehingga Disember 2019 berbanding RM20.6 juta bagi tempoh sama tahun sebelumnya.

Jumlah peningkatan nilai hasil jualan sepanjang kempen dijalankan meningkat sebanyak 44.48 peratus membabitkan penyertaan sebanyak 320 pengusaha PKS tempatan.