

Malaysia perlu kuasai e-dagang

Jika dalam masa terdekat berlangsung kejohanan bola sepak membabitkan negara di rantau ini, pesertanya terdiri Malaysia, Singapura dan Indonesia pasti sibuk membuat persiapan rapi untuk menang.

Bagaimanapun, pertandingan dimaksudkan bukanlah membabitkan sukan nombor satu di muka bumi itu, sebaliknya merujuk persaingan sengit untuk muncul pasaran e-dagang paling dominan di rantau ini.

Sebenarnya, bukan tiga negara disebutkan sahaja ingin menjadi 'raja e-dagang' di rantau ini.

Ekonomi Thailand, Filipina dan Vietnam juga memberi tumpuan dengan mengambil kira populasi penduduk melebihi 600 juta di ASEAN. Pasaran cukup besar untuk dimanfaatkan. Baru-baru ini, agensi berita antarabangsa, *Bloomberg* melaporkan Google

dan Temasek bersetuju melabur sehingga RM1.5 bilion dalam syarikat bertaraskan e-dagang Indonesia, Tokopedia.

Perancangan kerjasama Google dan Temasek itu sudah pasti terkait dengan data seperti unjuran firma McKinsey yang menjangkakan Indonesia akan mencatatkan jumlah pembeli e-dagang mencecah 44 juta menjelang 2022, dengan hasil jualan dijangka mencecah AS\$65 bilion atau sekitar RM269 bilion. Ia cukup besar.

Adakah Malaysia hanya berpeluk tubuh melihat tindakan agresif dilaksanakan? Sudah tentu tidak kerana Malaysia melaksanakan pelbagai inisiatif untuk mengembangkan sektor ini, ma-

lah menunjukkan kejayaan awal dan berterusan merancang beberapa strategi terbaru.

Sebelum ini, Malaysia menduduki tangga teratas penggunaan e-wallet berbanding negara lain di Asia Tenggara, menurut kajian dijalankan MasterCard.

Ini memberi gambaran rakyat negara ini sememangnya sudah mengamalkan transaksi tanpa tunai yang juga satu daripada elemen e-dagang.

Usaha ini sentiasa berterusan, malah kerajaan menunjukkan komitmen jelas bagi mengembangkan sektor e-dagang tempatan menerusi peruntukan dibentangkan dalam Belanjawan 2021.

Seperti diperincikan, sekitar RM300 juta akan diperuntukkan kerajaan untuk melonjak sektor ini.

Melaluinya, RM150 juta diperuntuk-

kan bagi program latihan dan bantuan penjualan serta peralatan digital kepada 100,000 usahawan tempatan untuk beralih kepada khidmat digital di bawah kempen e-dagang perusahaan kecil dan sederhana (PKS) dan usahawan mikro.

Baki RM150 juta lagi untuk inisiatif Shop Malaysia Online melalui kerjasama dengan platform e-dagang utama untuk menggalakkan perbelanjaan secara dalam talian yang akan dimanfaatkan 500,000 usahawan tempatan.

Sebenarnya, MDEC mempunyai pengalaman mengembangkan e-dagang menerusi kerjasama dengan Kementerian Kewangan. Lebih menarik, jalinan ini dilaksanakan ketika negara masih diancam pandemik.

Kempen e-dagang dijalankan untuk perusahaan mikro dan PKS dan Shop

Malaysia Online, digerakkan menerusi Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA), meraih RM1.2 bilion jualan dalam talian untuk tempoh yang singkat.

Inisiatif berkenaan juga menarik penyertaan 115,000 usahawan mikro dan PKS baharu serta sedia ada dan memberi manfaat kepada lebih 7.8 juta pengguna seluruh negara.

Dalam keadaan ketidaktentuan pasaran disebabkan pelbagai halangan, sudah pasti MDEC terus berusaha bersama agensi lain untuk mengembangkan e-dagang.

Angka membuktikan kita di landasan tepat, malahan tidak mustahil prestasi baik e-dagang akan berterusan sekali gus memanfaatkan rakyat pelbagai golongan serta memahirkannya secara digital seperti teras MDEC.

Imbas kembali, pada 2018, sektor e-dagang di Malaysia merekodkan nilai jualan sehingga AS\$2.4 bilion (RM10 bilion) dan dijangka membantu perkembangan sektor teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) domestik bernilai RM40 bilion seperti didedahkan dalam satu laporan Kementerian Kewangan tahun lalu.

MDEC akan sentiasa bersama-sama rakyat Malaysia menempuhi perjalanan digital untuk mencapai impian menjadi nadi digital ASEAN.

Satu sektor yang harus kita pimpin ialah e-dagang yang mana Malaysia kini menunjukkan prestasi baik, sekali gus memastikan rakyat sentiasa peka dalam merebut peluang digital.

Penulis adalah Ketua Pegawai Eksekutif Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC)



Surina Shukri

