

Oleh Sri Ayu
Kartika Amri
kartika@hmetro.com.my

Kuala Lumpur

Malaysia berada di landasan tepat untuk mengorak langkah mendominasi sektor e-dagang di Asia Tenggara, sekali gus memanfaatkan pasaran Asean dengan populasi 600 juta penduduk.

Ketua Pegawai Eksekutif Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC), Surina Shukri berkata, pada 2018 sektor e-dagang di Malaysia merekodkan nilai jualan sehingga AS\$2.4 bilion (RM10 bilion).

Beliau berkata, ia dijangka akan membantu perkembangan sektor teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) domestik yang bernilai RM40 bilion seperti dalam satu laporan oleh Kementerian Kewangan, tahun lalu.

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

"MDEC akan sentiasa bersama-sama rakyat Malaysia menempuh perjalanan digital yang sudah dimulakan untuk mencapai impian menjadi Nadi Digital Asean.

"Salah satu sektor yang perlu kita pimpin ialah e-dagang yang mana ketika ini Malaysia menunjukkan prestasi baik, sekali gus memastikan rakyat Malaysia sentiasa peka dalam merebut peluang digital.

"Sebenarnya Malaysia bukan sahaja negara yang mengorak langkah untuk muncul sebagai pasaran e-dagang paling dominan di rantau ini.



NADI DIGITAL ASEAN

Malaysia berada di posisi untuk dominasi sektor e-dagang Asia Tenggara

"Malah, Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina dan Vietnam juga sudah memberi tumpuan terhadap sektor ini terutama di Asean kerana ia satu pasaran cukup besar untuk dimanfaatkan," katanya kepada Bisnes Metro.

Beliau berkata, baru-baru ini, agensi berita antarabangsa, Bloomberg melaporkan Google dan Temasek bersetuju membuat pelaburan mencecah RM1.5 bilion dalam syarikat berteraskan e-dagang Indonesia, Tokopedia.

Menurutnya, perancangan Google dan Temasek



untuk menjalankan kerjasama erat dengan ekonomi terbesar Asia Tenggara itu

sudah pasti terkait dapatan data seperti unjuran firma McKinsey yang menjangka

kan Indonesia akan mencatatkan jumlah pembeli e-dagang mencecah 44 juta menjelang 2022 dengan hasil jualan dijangka mencecah US\$ 65 bilion atau kira-kira RM269 bilion dan jumlah itu cukup besar.

"Bagaimana pula dengan Malaysia, adakah kita hanya berpeluk tubuh melihat tindakan agresif yang sedang dilaksanakan negara jiran untuk melonjak sektor e-dagang masing-masing.

"Sudah tentu tidak kerana Malaysia sudah melaksanakan pelbagai inisiatif untuk mengembangkan sektor ini, malah sudah menunjukkan

beberapa kejayaan awal dan berterusan merancang beberapa strategi terbaharu.

"Sebelum ini Malaysia menduduki tangga teratas dalam penggunaan e-dompet berbanding negara lain di Asia Tenggara menurut kajian yang dijalankan MasterCard.

"Syarikat teknologi dalam industri pembayaran global, Mastercard melaporkan Filipina berada di kedudukan kedua dengan 36 peratus, sementara kedudukan ketiga dan keempat masing-masing adalah Thailand (27 peratus) dan Singapura (26 peratus)," katanya.