

Kerjasama e-dagang Malaysia, China rancakkan ekonomi PKS



Sarjana Pelawat
Institut Pengajian
China Universiti
Malaya (UM)

Oleh Prof Madya Roger Luo
bhrencana@bh.com.my

Berdasarkan Laporan Tahunan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) 2020 Jabatan Perangkaan Malaysia, kebanyakan Keuaran Dalam Negara Kasar (KDNK) bagi sektor PKS menguncup apabila mengalami penurunan 7.3 peratus, sekali gus prestasi paling buruk sepanjang 16 tahun ini.

Justeru, kerajaan Malaysia mengambil pelbagai langkah untuk membantu PKS, terutama meningkatkan pelaburan dalam bidang ekonomi digital. Pada 7 September lalu, Menteri Komunikasi dan Multimedia, Tan Sri Annuar Musa menyatakan kerajaan bercadang meluluskan peruntukan lebih RM40 juta untuk PKS. Seterusnya, kerajaan juga menyebarkan idea digitalisasi bagi 300,000 PKS melalui plan seperti SayaDigital, Go eCommerce dan Shop Malaysia Online.

Pada masa sama, kerajaan negeri menyeru syarikat perusahaan supaya terlibat dalam ekonomi digital secara aktif. Sejak tahun lalu, kerajaan Selangor mengadakan empat penyertaan dalam talian memanfaatkan lebih 290,000 syarikat perusahaan digital.

Selepas Kerajaan Johor berjaya memperkenalkan penyertaan talian bagi Johor, kerajaan negeri itu juga meluluskan peruntukan RM500,000 pada 9 September lalu untuk membuka Johor E-Marketplace 2.0 bagi menggalakkan PKS untuk memulakan e-dagang.

Sebagai antara pameran utama di China serta platform utama bagi kerjasama ekonomi dan perdagangan antara China dengan ASEAN, Ekspo China-ASEAN turut memperkukuhkan perkembangan PKS melalui penyertaan talian.

Pada 10 September lalu, Ekspo China-ASEAN Ke-18 diadakan di Nanning, Guangxi secara hibrid untuk mempromosikan pameran dalam talian serta kegiatan ekonomi dan perdagangan di negara seperti Malaysia.

Selain itu, Ekspo China-ASEAN turut mengadakan persidangan promosi secara langsung, pelancaran produk dan pemarkahan video.

Ekspo itu ingin menyediakan paparan dalam talian untuk kegunaan syarikat sepanjang tahun serta perkhidmatan promosi ekonomi serta perdagangan tahunan secara berkala, seterusnya mendorong pedagang supaya aktif dalam perundingan dalam talian.

Ekspo China-ASEAN juga menganjurkan Musim Barang Pilihan buat kali pertama dengan mengadakan siaran langsung khas Ekspo China-ASEAN untuk mempromosikan produk ASEAN supaya memasuki pasaran domestik, sekali gus mempromosikan produk Guangxi (Jenama Gui) terkenal serta berkualiti ke seluruh negara serta ASEAN.

Rakan sekerja penulis warganegara Thailand, mengambil kesempatan ini lalu menjadi perhatian ramai. Beliau yang juga profesor dalam bidang ekonomi dan seorang guru Bahasa Thai, memainkan peranan sebagai penjuwal melalui siaran langsung. Antara keluaran istimewa diperkenalkan, durian keluaran Thailand serta luosi mi (mi yang digemari ramai di Guangxi).

Sebagai buah-buahan tropika popular di negara ini dan China, bekas Duta Besar China ke Malaysia, Bai Tian turut mendapat gelaran 'jurujual durian paling hebat' selepas muncul dalam video memperkenalkan keistimewaan Musang King kepada penonton melalui TikTok.

Seterusnya, Duta Besar Malaysia ke China, Datuk



Nushirwan Zainal Abidin terlibat dalam promosi durian sambil menunjukkan cara membuka durian. Jualan durian Musang King mendapat sambutan hangat melalui e-dagang di China. dengan durian dibuka Nushirwan dijual pada harga RMB1,000 (RM645).

Seperti dinyatakan Perdana Menteri, Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob ketika merasmikan Ekspo China-ASEAN, PKS menjadi tunjang ekonomi bagi pembangunan sesebuah negara. Negara ASEAN dan China perlu mempromosikan kerjasama dalam perkongsian ekonomi digital selanjutnya mendorong PKS meningkatkan penggunaan teknologi.

Dorongan harus diberikan supaya PKS bekerjasama dalam ekonomi digital akan menjadi tumpuan bagi kerjasama kegiatan ekonomi dan perdagangan antara China dengan negara ASEAN.

Justeru, bagaimana kerjasama antara Malaysia dengan China dalam industri ekonomi digital dapat meningkatkan prestasi dalam e-dagang?

Pertama, kemudahan prasarana sebagai prasyarat. Kedua-dua pihak perlu menumpukan perhatian dalam mengembangkan kemudahan infrastruktur internet dan meningkatkan kadar penembusan jalur lebar di kawasan terpencil, mempercepatkan peredaran sistem logistik dan penghantaran ekspres antara kedua-dua negara.

Malaysia boleh mempertimbangkan pembangunan bandar e-dagang di sepanjang Laluan Rel Pantai Timur (ECRL). Dengan adanya kemudahan pengangkutan sebagai asas, kos logistik dapat dikurangkan seterusnya meningkatkan kadar efisiensi pengedaran logistik.

Dengan itu, kedua-dua pihak dapat mengintegrasikan kedai fizikal dan e-dagang supaya manfaat ekonomi fizikal serta ekonomi rangkaian dapat dilipatgandakan.

Kedua, perancangan kerajaan sebagai asas. Kerajaan Malaysia mengambil pendekatan konsep Keluarga Malaysia dalam plan pembangunan nasional. Justeru, China harus menggunakan satu-

ran kerjasama antara kerajaan tempatan dengan dewan perniagaan industri untuk mencari serta menentukan produk utama sesuai dikembangkan dalam e-dagang.

Contohnya, kawasan maju didominasi produk berteknologi tinggi, manakala kawasan luar bandar mengutamakan produk hijau sebagai tumpuan jualan.

Dengan itu, kawasan terpencil dan luar bandar saling bergantung lalu mewujudkan peluang pekerjaan kepada penganggur, selanjutnya membantu kawasan berkenaan mengubah cara pembangunan ekonomi.

Ketiga, kerjasama teknikal. Dalam platform seperti Ekspo China-ASEAN dan data raya, selepas menyusun pertanian makanan dan sampingan, peralatan elektronik dan peralatan perubatan serta mengenal pasti segmentasi pelanggan.

Malaysia perlu menumpukan golongan pelanggan bernilai tinggi supaya dapat melancarkan titik tetap terhadap China dan negara lain dalam Ekspo China-ASEAN. Situasi ini seterusnya membenarkan syarikat mengubah teras perniagaan secara bertumpu dan membina strategi menyeluruh untuk transformasi digital.

Dengan mengambil kira faktor seperti bilangan profesional dalam perniagaan di negara ini dan orang berbakat serta berpengalaman dalam siaran langsung e-dagang di China, institusi pendidikan kedua-dua negara boleh berbincang mengenai kerjasama dalam latihan bakat jangka pendek dan panjang.

Ia juga dalam konteks menyelesaikan masalah kekurangan profesional digital, seterusnya membentuk model siaran langsung e-dagang sesuai untuk penonton di Malaysia dan negara Asia Tenggara.

Kerjasama e-dagang antara Malaysia dengan China bukan sahaja mengurangkan jarak antara rakyat kedua-dua negara untuk bersama-sama menikmati pasaran besar, malah menjalinkan ekonomi sebenar dan ekonomi rangkaian bagi kedua-dua pihak.