

Grab pacu pendigitalan melalui perkongsian strategik SPONSORED CONTENT

Hanis Aliaa Hidzir



Grab komited meneroka kerjasama dengan kerajaan bagi memanfaatkan lebih banyak perniagaan dan pengguna terutama di kawasan luar bandar. - FOTO Hiasan

PANDEMIK Covid-19 yang melanda negara mengubah kehidupan rakyat Malaysia dari pelbagai sudut.

Sepanjang tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), ramai melihat ke arah penyelesaian digital sama ada untuk mengekalkan perniagaan atau bagi memperoleh barangan keperluan.

Dalam tempoh 18 bulan yang lalu, Grab mempercepatkan usaha menyokong perusahaan mikro, kecil dan sederhana (PMKS) dalam perjalanan transformasi digital dan membantu meluaskan capaian pengguna.

Sebagai pemboleh teknologi tempatan, Grab ingin menyediakan akses dan peluang yang sama buat PMKS bertahan dalam tempoh yang mencabar ini melalui platform mereka.

Justeru, Grab mengembangkan perkhidmatan GrabMart dan GrabPay ke lebih banyak kawasan di luar Lembah Klang serta meningkatkan operasi menjadikannya lebih mudah buat PMKS mendigitalkan perniagaan mereka dan menyertai platform Grab.

Grab turut melancarkan inisiatif seperti Pasar oleh GrabMart, Medan Selera oleh GrabFood dan Program Perniagaan Kecil GrabFood untuk menyokong lebih banyak PMKS.

Selain itu, kerjasama Grab dengan agensi kerajaan dan negeri termasuk Platform Selangor, [DesaMall@KPBL](#), Damansara Asset Sdn Bhd serta Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) juga membantu PMKS menerima transformasi digital.

Selain itu, Grab juga bergandingan dengan Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC) dalam kempen Shop Malaysia Online (SMO) 2020.

Sebagai sebahagian Pelan Pemulihan Ekonomi Jangka Pendek dan usaha yang berkesan, SMO menyaksikan beberapa platform digital termasuk Grab bersatu mendigitalkan PMKS serta menggalakkan pengguna berbelanja dengan PMKS melalui promosi yang dibiayai bersama.

Usaha ini menyaksikan 8.2 juta pengguna membeli-belah dalam talian, memberi kesan kepada 202,000 perniagaan manakala kempen MSME Onboarding juga membantu 33,000 PMKS baharu menyertai e-Dagang.

SMO martabat ekonomi negara

Berikutan kejayaan terbabit, kerajaan menyuntik pakej insentif bernilai RM200 juta di bawah Belanjawan 2021 bagi menyokong perniagaan Malaysia dari pelbagai sektor ke platform e-Dagang dan e-pembayaran.

Terdiri daripada dua teras iaitu Go-eCommerce Onboarding dan SMO, objektif pelaksanaan inisiatif ini adalah bagi memudahkan sesi onboarding perniagaan menyertai platform seperti Grab serta menggalakkan rakyat Malaysia untuk berbelanja dan memulihkan ekonomi.

Terdapat lebih 90 peratus PMKS mengambil bahagian dalam Grab dan lebih 50 peratus daripada mereka berada di luar kawasan Lembah Klang.

Dalam bulan pertama kempen, PMKS yang mengambil bahagian dalam GrabFood, GrabMart dan GrabPay berjaya menjana jualan lebih tinggi manakala pengguna pula dapat menikmati penjimatan menerusi diskaun, rebat dan mata GrabRewards.

Pemilik Charlie's Cafe and Bakery Desonny Tuzan, berterima kasih atas usaha kerajaan dalam membantu pengusaha tempatan.

"Impak meluas kempen SMO terhadap perniagaan kecil milik tempatan seperti kami tidak dapat digambarkan.

"Ia bukan sahaja meningkatkan pendedahan jenama malah membantu meluaskan perkhidmatan kami kepada pengguna dan ia sesuatu yang tidak pernah kami bayangkan."

Pengasas bersama Handmade Heroes Lim Cai Jin, mengakui walaupun terdapat gangguan bekalan yang menjejaskan jualan namun impak kempen SMO sememangnya memberangsangkan.

"Saya berharap lebih banyak kempen seperti ini dilaksanakan kerana ia bukan sahaja memperkasakan perniagaan sedia ada dalam talian malah menggalakkan perniagaan tradisional menerima e-Dagang bagi mengembangkan perniagaan mereka," kata Lim.

Pengarah The Lady's Closet Casslene Ng, turut berkongsi mereka menerima ramai pengguna baharu dan yang kembali melalui SMO.

"Saya rasa pelanggan tertarik dengan diskaun SMO dan memandangkan mereka memperoleh mata GrabRewards, mereka boleh menebus bawcar dan membeli-belah dengan lebih banyak," kata Ng.

Menawarkan diskaun sehingga 50 peratus untuk makanan, barangan runcit, fesyen dan kecantikan, pengguna kini boleh menemui beribu-ribu perniagaan menerusi Grab memandangkan lebih banyak PMKS menyertai platform terbabit.

Justeru, tiada lagi alasan untuk rakyat Malaysia meneroka, berbelanja dan berjimat dengan lebih banyak ke arah pertumbuhan ekonomi lebih kukuh menerusi Grab SMO yang bakal berakhir 30 November 2021.

Untuk maklumat lanjut, layari [laman sesawang Grab](#).

Disiarkan pada: November 25, 2021 @ 12:46pm