

**TEKS UCAPAN**

**YAB TAN SRI DATO' HAJI MUHYIDDIN  
BIN HAJI MOHD YASSIN  
PERDANA MENTERI MALAYSIA**

**SEMPENA**

**PELANCARAN PROGRAM JUALAN  
MEGA DAN  
KEMPEN BELI BARANGAN MALAYSIA  
PERINGKAT KEBANGSAAN TAHUN  
2020**

**PADA**

**18 JULAI 2020 (SABTU)**

**11.30 PAGI**

**TEMPAT**

**SURIA KLCC, KUALA LUMPUR**

**Bismillahirrahmanirrahim**

**Assalamualaikum Warahmatullahi  
Wabarakatuh dan Salam Sejahtera,**

**Yang Berhormat Dato' Seri Mohamed Azmin  
bin Ali**

**Menteri Kanan Kementerian Perdagangan  
Antarabangsa dan Industri**

**Yang Berhormat Tan Sri Datuk Seri Panglima  
Haji Annuar bin Haji Musa**

**Menteri Wilayah Persekutuan**

**Yang Berhormat Datuk Alexander Nanta  
Linggi**

**Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal  
Ehwal Pengguna**

**Yang Berbahagia Datuk Seri Mohd Zuki bin Ali  
Ketua Setiausaha Negara**

**Yang Berhormat Menteri-Menteri**

**Yang Berbahagia Ketua-Ketua Setiausaha**

**YBhg Tan Sri, Dato' Seri, Dato', Datin, Tuan-  
Tuan dan Puan-Puan, hadirin yang dihormati  
sekalian**

1. Terlebih dahulu saya mengucapkan syukur ke hadrat Allah Subhanahu Wata'ala kerana dengan izin-Nya dapat kita semua hadir pada pelancaran Program Jualan Mega dan Kempen Beli Barangan Malaysia Peringkat Kebangsaan bagi tahun 2020 yang dianjurkan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna

(KPDNHEP) di Kompleks Beli-Belah Suria KLCC pada pagi ini.

2. Saya juga ingin merakamkan penghargaan kepada pihak KPDNHEP dan Suria KLCC kerana bekerjasama sebagai rakan kongsi strategik bagi menjayakan program pelancaran pada hari ini.

**Hadirin yang dihormati sekalian,**

3. Seperti yang kita sedia maklum, pandemik Covid-19 merupakan satu detik sukar dan mencabar kepada negara. Belum pernah terjadi dalam sejarah moden, satu wabak melanda dalam skala yang sebegini besar, yang pastinya akan merubah landskap sosioekonomi negara dan dunia secara keseluruhannya. Fenomena yang dikenali

sebagai “***The Great Lockdown***” telah menyaksikan hampir semua negara mengambil langkah untuk ‘berkurung’ dan terpaksa menutup sektor ekonomi masing-masing.

4. Malaysia juga tidak terkecuali, apabila Kerajaan mengambil keputusan melaksanakan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) mulai 18 Mac lalu, bagi membolehkan seluruh tumpuan diberikan untuk memerangi pandemik ini.
  
5. Usaha Malaysia menangani COVID-19 telah diiktiraf oleh Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO) sebagai antara negara terbaik di dunia dalam menangani Covid-19. Ini telah membantu negara mendahului

kebanyakan negara lain dalam usaha memulihkan ekonomi.

6. Pada masa ini, sektor-sektor ekonomi utama negara telah beroperasi pada tahap sedia kala di mana 90.1 peratus atau 13.7 juta rakyat Malaysia telah kembali bekerja.
  
7. Dunia termasuk Malaysia berhadapan dengan cabaran kelembapan pertumbuhan ekonomi akibat Covid-19. Perusahaan kecil dan sederhana, syarikat berskala pertengahan dan multinasional, mengalami kesukaran dari segi kekangan aliran tunai dan kehilangan atau kekurangan pelanggan. Rantai bekalan turut terjejas terutamanya bagi sektor industri serta perkhidmatan yang terpaksa bergantung

kepada bahan mentah, komponen dan bekalan import.

8. Justeru, Kerajaan mengkaji dan menilai semula dasar sedia ada untuk mengurangkan kebergantungan kepada produk import dan memberikan keutamaan kepada pembinaan keupayaan industri tempatan mengeluarkan produk buatan Malaysia. Malaysia perlu mempunyai keupayaan dalam mengeluarkan produk-produk kritikal merangkumi sektor makanan dan minuman, peranti perubatan, ubat-ubatan, petrokimia dan peralatan perlindungan peribadi seperti sarung tangan dan pelitup muka. Apabila negara mempunyai keupayaan tersebut, maka kita mampu mengurangkan aliran keluar



matawang Malaysia dan seterusnya meningkatkan eksport barangan tempatan.

9. Bagi membantu pihak industri, para perusahaan kecil dan sederhana menangani masalah aliran tunai, pelbagai insentif telah diperkenalkan Kerajaan di bawah Pelan PRIHATIN serta Pelan Jana Semula Ekonomi Negara atau PENJANA bagi memastikan ekonomi negara kekal berdaya saing dalam usaha merangsang dan merancakkan semula pertumbuhan ekonomi domestik.

**Hadirin yang dihormati sekalian,**

10. Kajian soal selidik Jabatan Perangkaan Malaysia ke atas firma dan syarikat

perniagaan semasa tempoh PKP menunjukkan hampir 65.5 peratus syarikat menghadapi cabaran ketiadaan pelanggan manakala 45 peratus syarikat akan mengambil tempoh lebih 6 bulan untuk kembali pulih.

11. Sehubungan itu, melalui PENJANA, Kerajaan telah menggariskan tiga teras utama dalam fasa pemulihan ekonomi negara iaitu memperkasakan rakyat, melonjakkan perniagaan dan merangsang ekonomi. Di bawah inisiatif ini, Kerajaan memberikan tumpuan yang khusus untuk memperkasakan ekonomi domestik melalui Kempen Beli Barangan Malaysia. Inisiatif ini buat pertama kalinya dilancarkan pada tahun 1984 dengan nama Kempen Beli Barangan Buatan Malaysia pada masa

tersebut. Kempen Beli Barangan Malaysia Tahun 2020 membawa semangat yang sama untuk memperkukuhkan perbelanjaan domestik dengan menggalakkan para pengguna di negara ini membeli barangan buatan Malaysia.

12. Kempen Beli Barangan Malaysia disasarkan akan dapat mempertingkatkan lagi keupayaan syarikat-syarikat tempatan khususnya memperkukuhkan aliran tunai dan daya saing.
13. Bagi memastikan kempen ini dapat memberikan impak yang besar kepada sektor peruncitan tempatan, Kerajaan melalui PENJANA telah memperuntukkan sejumlah RM20 juta bagi menjayakan kempen ini yang mengutamakan

penggunaan barangan dan perkhidmatan tempatan. Ini akan menggalakkan penandaan barangan buatan tempatan di rangkaian pasar raya dan mewujudkan saluran khusus untuk produk-produk Malaysia di platform e-dagang utama.

14. Sememangnya, penggunaan platform e-dagang amat berkesan dalam memberi pilihan yang lebih banyak kepada pengguna dalam membeli produk-produk Malaysia secara maya. Melalui Pelan Strategik Halatuju e-Dagang Kebangsaan, lebih daripada 37 Kementerian dan agensi telah mengembleng tenaga untuk mengembangkan lagi aktiviti -dagang di Malaysia. Ini termasuk memberikan latihan kepada 322,834 perusahaan kecil dan

sederhana (PKS) serta para peruncit dalam menggunakan platform e-dagang untuk memasar dan mengeksport produk keluaran Malaysia sejak tahun 2016.

15. Hikmah di sebalik pandemik Covid-19, kebanyakan komuniti perniagaan telah beralih kepada penggunaan teknologi digital dengan lebih meluas. Dalam tempoh 6 bulan pertama tahun ini, sebanyak 79,274 PKS dilaporkan telah memanfaatkan platform e-dagang. Jumlah ini melebihi sasaran Kerajaan untuk melatih 50,000 PKS dalam setahun. Jabatan Perangkaan Malaysia juga melaporkan penjualan runcit dalam talian yang menggambarkan perkembangan aktiviti e-dagang turut mencatat peningkatan sebanyak 39.3 peratus pada bulan Mei 2020, berbanding

bulan Mei 2019. Aktiviti e-dagang juga telah melonjak sebanyak 9.3 peratus berbanding April 2020.

16. Dalam beberapa tahun kebelakangan ini, pemasaran produk-produk PKS tempatan terutama di rangkaian pasar raya dan pasar raya besar (*hypermarket*) telah mencatatkan nilai hasil jualan yang memberangsangkan iaitu sebanyak RM667 juta pada 2019, peningkatan sebanyak 307.6 peratus berbanding tahun 2015.
17. Lembaga Pembangunan Pelaburan Malaysia (MIDA) di bawah Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri telah membangunkan Portal *i-manufacturing* iaitu sebuah direktori syarikat perkilangan tempatan yang beroperasi.

Portal ini yang kini menyenaraikan 4,144 buah syarikat pengilang tempatan menjadi rujukan utama kepada Kementerian dan agensi Kerajaan dalam melaksanakan perolehan di organisasi masing-masing.

18. Kerajaan sememangnya memberikan perhatian kepada produk keluaran tempatan. Ini diterjemahkan menerusi dasar Kerajaan yang merangkumi penyediaan insentif kepada perniagaan tempatan untuk membina keupayaan terutamanya dalam peningkatan kualiti produk dan pembungkusan, memberikan keutamaan kepada produk tempatan dalam perolehan Kerajaan serta penganjuran program pemasaran antarabangsa.

19. Dalam usaha untuk mempertingkatkan pemasaran antarabangsa produk dan perkhidmatan keluaran syarikat Malaysia, Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE) akan terus mempertingkatkan promosi melalui pameran perdagangan serta padanan perniagaan secara maya.
  
20. Menerusi platform e-Dagang antarabangsa, usahawan berpeluang untuk meneroka pasaran-pasaran baharu di luar negara dengan lebih efisien dan kos efektif. Kerajaan, menerusi Program eTRADE yang dijalankan oleh MATRADE, membantu usahawan untuk memulakan perniagaan eksport atas talian dengan menyediakan bantuan kewangan sebanyak RM5,000 untuk menampung sebahagian kos



berkaitan penyenaaraian di dalam platform e-Dagang antarabangsa.

21. Sejak program ini dilaksanakan pada Oktober 2014, sebanyak 4,172 syarikat telah mendapat faedah daripada program tersebut. Antara pasaran yang berjaya ditembusi adalah Amerika Syarikat, Jepun, Arab Saudi, India, Mauritius, Panama, China, dan lain-lain pasaran.
  
22. Kempen Beli Barangan Malaysia sewajarnya tidak hanya terhad kepada sektor pembuatan tetapi meliputi tawaran perkhidmatan seperti pelancongan, kesihatan dan logistik. Meskipun sempadan negara masih lagi tidak dibenarkan dibuka, kita yakin sepenuhnya pelancongan domestik akan menyumbangkan kepada

fasa pemulihan ekonomi negara ini. Berdasarkan kepada statistik pelancongan domestik 2019, seramai 239.1 juta pelawat domestik dengan perbelanjaan sebanyak RM103.2 bilion telah direkodkan, di mana peningkatan masing-masing sebanyak 8.1 peratus dan 11.5 peratus berbanding 2018. Antara tujuan utama perjalanan pelawat domestik adalah membeli-belah (35.4 peratus), percutian (*leisure*)(9 peratus) dan hiburan (4 peratus).

**Hadirin yang dihormati sekalian,**

23. Kempen Beli Barangan Malaysia ini dilaksanakan melalui kerjasama strategik di antara KPDNHEP bersama-sama sembilan Kementerian yang lain. Dalam hal ini,

KPDNHEP perlu terus bekerjasama dengan kementerian lain khususnya Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) serta Kementerian Pelancongan (MOTAC) bagi menjamin kejayaan Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM).

24. Perlu turut dilibatkan dalam kempen ini adalah pihak berkepentingan seperti Malaysia Retailers Association (MRA), Malaysia Retail-Chains Association (MRCA), Federation of Manufacturing of Malaysia (FMM) dan Persatuan Pengurusan Kompleks Malaysia (PPK). Sesi libat urus dengan penyedia pihak platform atas talian dan peruncit-peruncit utama juga perlu dilaksanakan bagi membolehkan Kempen Beli Barangan Malaysia ini mendapat capaian yang

menyeluruh dalam kalangan rakyat Malaysia.

25. Kita berterima kasih kepada semua *frontliners* kesihatan yang telah berjaya mengekang penularan wabak Covid-19 ini. Usaha ini kini perlu disambut oleh 'frontliners' sektor ekonomi untuk bersama-sama menyumbang kepada pelan pemulihan ekonomi negara. Saya yakin, frontliners sektor ekonomi seperti pengilang, pengedar, penyedia perkhidmatan dan peruncit akan dapat bersama-sama Kerajaan untuk memastikan usaha kita ini berjaya dan mengurangkan impak negatif ekonomi pasca PKP.

**Hadirin yang dihormati sekalian,**

26. Saya ingin menyarankan kita semua sebagai pengguna agar “***Berbelanjalah untuk Malaysia***” kerana setiap perbelanjaan kita kelak akan dapat membantu memastikan ekonomi negara kita kekal berdaya saing. Kita pastikan setiap perbelanjaan adalah lebih nilai untuk wang (*value for money*) ke atas produk termasuk produk tempatan yang berkualiti. Dengan berbelanja, kesan penggandaan dalam ekonomi akan dapat dipertingkatkan, mewujudkan peluang pekerjaan dan seterusnya menambahkan hasil pendapatan rakyat.

27. Harapan saya semoga kempen seperti ini menjadi satu titik permulaan kepada usaha bersama di antara Kerajaan, industri dan juga rakyat dalam memastikan kejayaan kita memulihkan ekonomi pasca wabak Covid-19 dapat diteruskan dengan kejayaan merencanakan semula ekonomi negara.
28. Dengan lafaz Bismillahirrahmanirrahim, saya melancarkan **Program Jualan Mega dan Kempen Beli Barangan Malaysia Peringkat Kebangsaan bagi tahun 2020.**

Wabillahitaufik

Walhidayah

Wassalamualaikum

Warahmatullahi

Wabarakatuh.

Sekian, salam hormat dan terima kasih.