

## Sorotan Khas

# Pendigitalan PKS: Membuka Potensi bagi Meningkatkan Pertumbuhan

**G**artner mendefinisikan pendigitalan sebagai "penggunaan teknologi digital untuk mengubah model perniagaan serta menyediakan peluang pendapatan dan penghasilan nilai baharu; ia adalah proses peralihan ke perniagaan digital". Menurut istilah mudahnya, pendigitalan adalah peralihan perniagaan kepada perniagaan digital dengan menukar dan mengautomasi proses pembuatan di bawah kawalan teknologi digital. Hal ini boleh diilustrasikan dengan mengautomasi aliran kerja manual yang telah digunakan selama ini dalam penghasilan produk baharu. Bagi mencapai matlamat tersebut, perniagaan perlu memanfaatkan proses pendigitalan yang merupakan sebahagian daripada pendigitalan. Dengan melakukan perkara tersebut, produktiviti boleh dipertingkatkan untuk mencapai tahap yang lebih tinggi.

Pendigitalan yang merupakan proses menukar bentuk analog kepada bentuk digital bermula dari zaman akhir 1950-an sehingga akhir 1970-an, iaitu semasa Revolusi Perindustrian Ketiga (*Third Industrial Revolution*, IR 3.0). Pengeluaran komputer dan lain-lain elektronik digital secara besar-besaran sejak era IR 3.0 kini telah dipercepatkan dengan kemunculan Revolusi Perindustrian Keempat (*Fourth Industrial Revolution*, IR 4.0). Malahan, sembilan teras IR 4.0 yang terdiri daripada kemajuan teknologi, seperti Objek Rangkaian Internet (*Internet of Things*, IoT), Data Raya (*Big Data*) dan Pengkomputeran Awan (*Cloud Computing*) memainkan peranan yang penting dalam mentransformasikan landskap perniagaan tradisional dan cara hidup kita. IR 4.0 bakal memacu perubahan di seluruh dunia, dan ia memerlukan perniagaan besar dan PKS untuk berinovasi supaya kekal relevan dan berdaya saing di pasaran global. Pendigitalan menawarkan pelbagai peluang dengan kesannya yang meluas dan menyeluruh.

Revolusi digital juga menyaksikan perubahan secara drastik dalam perdagangan merentas sempadan. Pendigitalan telah menjadikan dunia lebih berhubung dan mendapat akses melalui cara yang lebih menjimatkan kos. Perniagaan terutamanya PKS kini boleh menjangkau pelanggan baharu dan menembusi pasaran antarabangsa dengan mudah melalui e-dagang, perdagangan mudah alih dan platform media sosial. Menurut kajian daripada Pusat Berbilang Komoditi Dubai (*Dubai Multi Commodities Centre*, DMCC), pendigitalan e-dagang yang lengkap boleh membawa kepada peningkatan sebanyak enam kali ganda dalam bilangan perniagaan yang mengeksport barangan.

## E-DAGANG DI SELURUH DUNIA

Dunia telah menyaksikan peningkatan e-dagang tanpa henti sejak pelancaran syarikat-syarikat gergasi seperti Amazon dan Alibaba pada sekitar 1990-an. Pada tahun 2015, pasaran e-dagang merentas sempadan menyumbang sebanyak USD300 bilion dalam nilai barangan kasar (*gross merchandise volume*, GMV) atau 15.0% daripada keseluruhan pendapatan e-dagang. Menurut laporan DHL, pasaran merentas sempadan akan terus berkembang sekitar 25.0% setahun sehingga 2020. Ini hampir dua kali ganda kadar pertumbuhan e-dagang dalam negeri. Menjelang tahun 2020, GMV e-dagang merentas sempadan diunjur mencapai USD 900 bilion, atau kira-kira 22.0% daripada pasaran e-dagang global.

Menjelang tahun 2017, jualan e-dagang runcit di seluruh dunia dianggarkan mencakupi sebanyak USD2.3 trilion, peningkatan hampir 25.0% berbanding tahun sebelumnya dan mewakili 10.2% daripada jumlah jualan runcit di seluruh dunia berbanding 8.6% pada tahun 2016. Faktor utama yang menyumbang kepada pertumbuhan ini adalah rantau Asia-Pasifik dengan perbelanjaan runcit keseluruhan e-dagang berjumlah 14.6%.

Antara tahun 2017 dan 2021, jualan e-dagang di seluruh dunia diramalkan berkembang sebanyak 141.0%, daripada USD 2.3 trilion kepada hampir USD 4.5 trilion, atau lebih 16.0% daripada jumlah jualan runcit di peringkat global. Nilai jualan e-dagang terkumpul di China dan Amerika Syarikat dijangkakan mencecah USD1.6 trilion pada tahun 2017, hampir 70.0% daripada jumlah e-dagang di seluruh dunia. Walau bagaimanapun, e-dagang di Eropah Tengah dan Eropah Timur serta sebahagian dari Asia Tenggara diramalkan kurang daripada 5.0% daripada jumlah jualan runcit manakala tiada pertumbuhan yang ketara dijangkakan sehingga tahun 2021 bagi Amerika Latin, Timur Tengah dan Afrika.

Jualan runcit e-dagang dipacu sebahagian besarnya oleh perdagangan mudah alih yang mewakili jualan yang dijana melalui peranti mudah alih. Di peringkat global, jualan perdagangan mudah alih berkembang sebanyak 40.0% pada tahun 2017 kepada USD1.4 trilion, iaitu hampir 60.0% daripada jumlah perbelanjaan e-dagang. China sahaja menyumbang sebanyak 67.0% daripada jualan perdagangan mudah alih di seluruh dunia pada tahun tersebut, didorong oleh pengguna yang mengutamakan internet mudah alih. Di peringkat global, nilai perdagangan mudah alih dijangka berkembang hampir tiga kali ganda daripada USD909.9 bilion kepada USD2.6 trilion antara tahun 2017 dan 2021, akan mencakupi hampir 73.0% daripada jualan keseluruhan e-dagang.

## ASIA-PASIFIK - PASARAN E-DAGANG BERKEMBANG PALING PESAT

Kadar pertumbuhan e-dagang di Asia-Pasifik dijangka berada pada tahap 30.0%, dua kali ganda daripada kadar pertumbuhan e-dagang di Amerika Syarikat, menunjukkan kedudukan rantau tersebut sebagai pusat dalam ekonomi e-dagang global. Menjelang tahun 2021, rantau tersebut akan menyumbang dua pertiga daripada jualan keseluruhan e-dagang di seluruh dunia manakala bahagiannya dalam nilai jualan merentas sempadan akan mencapai 22.0%.

Pada tahun 2017, jualan runcit e-dagang di Asia-Pasifik berkembang sebanyak 30.0% setahun untuk mencapai nilai USD1.4 trilion. Pertumbuhan adalah sekata termasuk di negara seperti Jepun yang mempunyai jualan runcit yang sangat perlahan. Dengan peningkatan penggunaan internet dan mudah alih serta proses pemenuhan yang bertambah baik, nilai runcit e-dagang di rantau tersebut dijangka akan mencapai USD3.0 trilion menjelang tahun 2021.

Sama seperti senario global, jualan perdagangan mudah alih mendominasi di Asia-Pasifik. Bagi China, jualan perdagangan mudah alih diramalkan meningkat sebanyak 42.0% kepada USD882 bilion pada tahun 2017, mencakupi 73.0% daripada jumlah jualan runcit e-dagang, bahagian terbesar berbanding negara-negara lain di seluruh dunia. Begitu juga pada tahun yang sama di India, yang mempunyai jualan runcit e-dagang berjumlah USD16 bilion, sebanyak 72.0% daripada jualan dilakukan melalui peranti mudah alih. Di Korea Selatan, perdagangan mudah alih merangkumi hampir 60.0% daripada jumlah jualan runcit e-dagang. Jualan e-dagang di Asia-Pasifik dari tahun 2017 sehingga tahun 2021 diunjur meningkat kepada dua pertiga daripada jumlah global sementara jualan e-dagang di Amerika Utara dan Eropah akan merosot.

## E-DAGANG DI MALAYSIA

Malaysia mencatatkan pertumbuhan tinggi sebanyak 28.0% dalam pasaran runcit dalam talian pada tahun 2017 menurut *Euromonitor International*, dengan sumbangan e-dagang kepada Keluaran Dalam Negeri Kasar (KDNK) dianggarkan mencapai RM68 bilion pada tahun 2015. Data terkini dari Jabatan Perangkaan Malaysia menunjukkan bahawa ekonomi digital menyumbang sebanyak 18.2% kepada KDNK pada tahun 2016 manakala sumbangan e-dagang kepada KDNK telah meningkat daripada 5.9% pada tahun 2015 kepada 6.1% pada tahun 2016. Malaysia adalah salah satu daripada negara-negara di rantau ASEAN yang mendahului dari segi sumbangan e-dagang kepada KDNK dan ia diunjurkan meningkat sebanyak 11.0% kepada RM144 bilion menjelang tahun 2020 seperti yang diunjurkan di bawah Rancangan Malaysia Kesebelas (RMKe-11). Walau bagaimanapun, melalui campur tangan Kerajaan, Malaysia dijangka mampu untuk menggandakan kadar pertumbuhan e-dagang untuk mencapai 21.0% atau menyumbang sebanyak RM211 bilion kepada KDNK menjelang tahun 2020.

Pertumbuhan e-dagang di Malaysia didorong oleh demografi, trend ekonomi, infrastruktur dan ekosistem yang menggalakkan. Pertumbuhan KDNK yang sihat telah meningkatkan pendapatan boleh guna, dengan sebahagian besar penduduk bijak menggunakan teknologi. Lebih daripada 67.0% penduduk menggunakan internet, dengan kebanyakan pengguna menghabiskan lebih daripada 16 jam seminggu dalam talian. Dianggarkan sebanyak 80.0% pengguna internet telah membuat pembelian dalam talian sebelum ini, kadar yang setanding dengan China, India, Singapura dan Thailand.

Bilangan pertumbuhan e-dagang paling tinggi adalah di negeri Selangor, diikuti oleh Kuala Lumpur dan Johor. Dalam sektor perkhidmatan, perdagangan borong & runcit dan maklumat & komunikasi adalah dua pemain utama e-dagang. Penyumbang utama kepada ekonomi e-dagang dalam negeri adalah sektor pembuatan yang menjana pendapatan sebanyak RM46.5 bilion. Dalam e-dagang merentas sempadan, sektor perkhidmatan merupakan penyumbang utama. Sehingga bulan Februari 2018, sebanyak 58,824 perniagaan dalam talian telah berdaftar dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia. Malaysia juga telah mencapai titik peralihan dalam pertumbuhan e-dagang dan campur tangan Kerajaan yang berpusat adalah diperlukan bagi memacu kemajuan yang berterusan. Bagi mempercepat pembangunan daripada peringkat pertumbuhan semasa ekonomi e-dagang, Pelan Tindakan Strategik eDagang Negara (*National eCommerce Strategic Roadmap*, NeSR) telah dilancarkan pada tahun 2016.

Salah satu fokus NeSR adalah untuk memastikan perniagaan sedia ada kekal relevan pada masa hadapan dengan membimbing kira-kira 80.0% PKS ke dalam arena e-dagang antarabangsa dan memastikan mereka mempunyai keupayaan untuk mengikuti perkembangan dalam pembangunan ekonomi digital. Pada masa ini, PKS di Malaysia merangkumi 98.5% daripada

jumlah pertumbuhan perniagaan. Pada tahun 2017, PKS menyumbang sebanyak 37.1% kepada keseluruhan KDNK, 17.3% kepada jumlah eksport dan 66.0% kepada jumlah guna tenaga. Berdasarkan Banci Ekonomi 2016: Penggunaan ICT oleh Perniagaan dan E-dagang (tahun rujukan 2015), sebanyak 4.8% daripada PKS (43,460 daripada 907,065 PKS), terutamanya dalam sektor pembuatan dan perkhidmatan terlibat dalam urus niaga e-dagang. Di bawah NeSR, Kementerian dan agensi Kerajaan yang telah dikenal pasti akan melaksanakan program yang bermatlamat untuk menggandakan kadar pertumbuhan e-dagang Malaysia dan meningkatkan sumbangan e-dagang kepada KDNK kepada RM211 bilion menjelang tahun 2020.

## ZON PERDAGANGAN BEBAS DIGITAL

Zon Perdagangan Bebas Digital (*Digital Free Trade Zone, DFTZ*) di Malaysia yang merupakan platform e-dagang pertama di dunia yang terletak di luar China, telah dibangunkan secara bersama oleh Kerajaan Malaysia dan Alibaba. Platform tersebut bertujuan untuk membantu PKS mengeksport produk mereka di peringkat global dengan mudah; membolehkan pasaran global mendapatkan sumber daripada pengeluar atau penjual di Malaysia; menjadikan Malaysia sebagai hab pemenuhan serantau untuk jenama global bagi menjangkau pembeli ASEAN; dan memupuk ekosistem yang memacu inovasi dalam ekonomi e-dagang dan internet.

DFTZ merupakan platform pemudah cara perdagangan yang disepadukan dengan platform perniagaan lain dan perkhidmatan Kerajaan bagi memudahkan urus niaga tanpa kertas (*paperless*) dan menyeluruh serta memudahkan pengumpulan, penyimpanan, pertukaran data dan proses analisis yang tepat berkaitan dengan aktiviti perdagangan dalam talian. Platform tersebut adalah hab digital unik yang mengumpulkan pelbagai pihak utama seperti pemain pemudah perdagangan dan e-pasaran, agensi Kerajaan, penyedia perkhidmatan logistik dan pengangkut barang, bagi membantu perniagaan mendapatkan akses pasaran yang lebih mudah dalam e-dagang merentas sempadan.

Fasa pertama DFTZ telah dilancarkan pada November 2017. DFTZ mempunyai tiga komponen utama:



### Hab Perkhidmatan Satelit:

Menghubungkan perniagaan kepada penyedia perkhidmatan dalam pembiayaan, pemenuhan yang terakhir (*last mile*), insurans dan lain-lain perkhidmatan yang penting dalam perdagangan merentas sempadan



### Hab ePemenuhan:

Menghubungkan pengeksport dengan perkhidmatan pemenuhanyang terakhir (*last mile*)

### Platform ePerkhidmatan:

Menguruskan semua proses yang terlibat dalam perdagangan merentas sempadan seperti pelepasan kastam, tukaran wang asing dan juga pelantikan ejen pengangkut



Malaysia adalah antara negara pertama yang memulakan platform ePerkhidmatan, sebuah ciri unik di bawah DFTZ yang menghubungkan pengguna secara digital dengan Kerajaan dan perkhidmatan sektor swasta bagi menyokong perdagangan merentas sempadan. Pada masa akan datang, ia boleh dihubungkan dengan platform yang serupa di negara lain bagi memudahkan lagi perdagangan merentas sempadan.

## SOROTAN KHAS

Pembangunan DFTZ terdiri daripada dua fasa, iaitu fasa pertama yang diurus oleh Pos Malaysia Berhad, kini sedang beroperasi. Fasa kedua akan dijalankan oleh Cainiao Network, iaitu anak syarikat logistik Alibaba, menerusi perkongsian dengan Malaysia Airports Berhad dalam pelaburan *green field* di Taman DFTZ Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur Aeropolis yang dijadualkan beroperasi pada tahun 2020.

Alibaba akan menjadi penganjur bagi hab ePemenuhan serantau di Taman DFTZ yang akan menyokong hab pemunggahan multimodal serantau termasuk pengangkutan laut menerusi Pelabuhan Klang dan kargo kereta api ke Bukit Kayu Hitam. Hab tersebut seterusnya akan disambungkan dengan hab Platform Perdagangan eWorld yang telah dirancang oleh Alibaba di negara lain.

### Faedah DFTZ kepada PKS

DFTZ pada dasarnya merupakan fasilitator perdagangan bagi PKS kerana ia mewujudkan platform yang lebih adil untuk membolehkan PKS menyertai e-dagang merentas sempadan dengan lebih mudah. DFTZ membantu PKS dengan:



**Memudahkan akses ke pasaran global**



**Memberi akses** kepada perkhidmatan **e-pemenuhan** (pergudangan, pengutipan dan pembungkusan, pelabelan, dan lain-lain)



**Memudahkan dan mempercepatkan proses pelepasan kargo** dengan bantuan platform ePerkhidmatan



**Memberi akses** kepada pemain dalam **ekosistem e-dagang** (pembiayaan, pemenuhan *last-mile*, insurans, pemasaran digital)



**Menyediakan sokongan yang menyeluruh (*end-to-end*)** kepada perniagaan dari segi **perdagangan merentas sempadan, rangkaian dan perkongsian pengetahuan** untuk memacu inovasi dalam ekosistem internet



**Menyediakan ekosistem dan kemudahan** bagi sesuatu jenama menggunakan Malaysia sebagai **hab pemunggahan** bagi hab rantau ASEAN

PKS yang menyertai DFTZ akan mendapat akses ke Pavilion Malaysia (halaman khusus yang memaparkan produk *Made in Malaysia*); pakar e-dagang yang bertauliah akan membantu mengembangkan perniagaan mereka; laporan analisis yang terperinci mengenai prestasi jualan dan perniagaan; dan akses kepada pasaran Alibaba yang lain seperti TMALL, TaoBao dan 1688.

DFTZ juga meningkatkan tawaran nilai PKS dengan menyediakan kemudahan terbaik yang bertaraf antarabangsa, seperti gudang modular dengan teknologi terkini, termasuk kemudahan menyalin, menyusun, dan ambil-bungkus, lokasi yang sesuai dan inovasi bagi perdagangan merentas sempadan yang cekap. Pengimport dan pengeksport yang menjalankan urus niaga melalui DFTZ juga mendapat akses kepada platform ePerkhidmatan yang menghubungkan perkhidmatan dalam talian oleh syarikat-syarikat e-dagang global dengan sistem-sistem sektor awam Malaysia yang berkaitan bagi memudahkan kelancaran menjalankan perniagaan dalam talian.

Setakat ini, kira-kira 3,000 PKS Malaysia yang bersedia untuk mengeksport telah menyertai platform e-dagang di DFTZ. Daripada jumlah tersebut, gabungan Selangor, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur dan Melaka telah menyumbang hampir 70.0% daripada jumlah keseluruhan PKS yang menyertai DFTZ. DFTZ menasarkkan sejumlah 10,000 PKS untuk menyertai platform ini menjelang akhir tahun 2018. Latihan dan bimbingan akan disediakan untuk membantu PKS memasarkan produk mereka di Alibaba.com.

## PEMBAYARAN DIGITAL

Urus niaga digital dan tanpa tunai (*cashless*) adalah penting dalam e-dagang, oleh itu, infrastruktur e-pembayaran yang boleh diyakini adalah kritikal dalam pembangunan ekonomi digital. Sistem pembayaran secara digital dapat memberi nilai yang ketara kepada PKS dengan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, contohnya melalui penerimaan pembayaran dari mana-mana lokasi, mengurangkan kos dan meningkatkan keselamatan penyimpanan rekod sementara pada masa yang sama dapat meningkatkan keupayaan perdagangan merentas sempadan.

Pada tahun 2011, Bank Negara Malaysia (BNM) telah melancarkan Pelan Sektor Kewangan 2011-2020 bagi mempercepatkan peralihan Malaysia kepada pembayaran secara elektronik dalam jangka masa 10 tahun. BNM menasaskan untuk meningkatkan jumlah urus niaga e-pembayaran per kapita daripada 44 urus niaga kepada 200 urus niaga dan mengurangkan bilangan cek lebih daripada separuh, iaitu daripada 207 juta ke 100 juta setahun. Pelbagai langkah telah diperkenalkan di bawah pelan tersebut, termasuk menyediakan insentif harga bagi mempromosikan peralihan daripada pembayaran berasaskan kertas kepada e-pembayaran dan memperluas jangkauan bagi infrastruktur e-pembayaran seperti terminal semasa jualan (*point-of-sales*) dan perbankan telefon mudah alih.

Inisiatif yang dilaksanakan telah terbukti berkesan memandangkan pemindahan wang secara elektronik telah meningkat hampir lima kali ganda, daripada 66 juta urus niaga pada tahun 2011 kepada anggaran 329 juta pada tahun 2017 manakala jumlah cek telah menurun sebanyak 42.0% antara tahun 2011 dan 2017, daripada 205 juta kepada 120 juta. Pada kadar penurunan semasa, penggunaan cek dijangka menurun kepada sasaran 100 juta menjelang tahun 2019, setahun lebih awal daripada yang dijadualkan.

Sejak tahun 2009, industri kewangan telah melabur sebanyak RM893 juta bagi meningkatkan infrastruktur e-pembayaran dan tambahan sebanyak RM346 juta akan dibelanjakan bagi mengembangkan rangkaian terminal semasa jualan. Sebanyak RM40 juta lagi akan dilabur untuk membangunkan platform pembayaran runcit secara masa nyata (*real-time*). Bagi memanfaatkan 45.4 juta kad debit dalam edaran dan 42.8 juta langganan telefon mudah alih (70.0% daripadanya adalah telefon pintar) di negara ini, gelombang agenda transformasi kewangan BNM seterusnya adalah Rangka Kerja Pindahan Kredit Saling Boleh Kendali (*Interoperable Credit Transfer Framework, ICTF*) yang beroperasi bermula 1 Julai 2018. ICTF membolehkan pembayar untuk mengarahkan institusinya untuk memindahkan wang kepada benefisiari. Individu dan PKS tidak akan dikenakan bayaran untuk membuat atau menerima sebarang urus niaga pindahan segera dengan nilai sehingga RM15,000.

Seramai 7,000 peniaga PKS yang melaksanakan urus niaga tanpa tunai melakukannya melalui Boost, aplikasi e-dompet (*e-wallet*) daripada perkongsian antara SME Corp. Malaysia dengan Axiata Digital Services. SME Corp. Malaysia menasaskan untuk meningkatkan bilangan semasa PKS yang menggunakan urus niaga e-pembayaran kepada 100,000 menjelang akhir tahun 2018 melalui usaha sama dengan pemain industri dan program kesedaran yang dianjurkan oleh mereka. Perkembangan terkini dalam mencapai objektif tersebut adalah pelantikan SME Corp. Malaysia sebagai ejen JomPay oleh RHB Bank. JomPay yang dikendalikan oleh Payments Network Malaysia Sdn. Bhd. (PayNet) adalah inisiatif kebangsaan yang disokong oleh institusi perbankan untuk membolehkan e-pembayaran di seluruh Malaysia. Melalui JomPay, pelanggan bank boleh membayar sebarang pengebil (*biller*) berdaftar menggunakan internet, perbankan mudah alih atau Mesin Juruwang Automatik (ATM) dengan mengeluarkan wang daripada akaun semasa, simpanan atau kad kredit. Pengebil hanya perlu mendaftar dengan satu bank untuk mengutip pembayaran melalui kebanyakan bank di Malaysia.

## E-PEMENUHAN UNTUK EKSPORT

Pemenuhan e-dagang menerangkan keseluruhan proses daripada penerimaan pesanan dan penghantaran kepada pelanggan, termasuk semua langkah operasi dan logistik yang merupakan sebahagian daripada proses tersebut, seperti pengurusan inventori, organisasi gudang, pengawasan pesanan, pembungkusan dan penghantaran serta komunikasi pelanggan mengenai pemenuhan pesanan. Aspek e-dagang ini boleh disalurkan kepada pembekal perkhidmatan pemenuhan pesanan yang didefinisikan sebagai pihak ketiga dalam menyediakan langkah-langkah pemenuhan pesanan bagi pihak lain, seperti penjual dalam talian.

E-pemenuhan secara umumnya terdiri daripada tiga komponen utama: pergudangan, pemprosesan pesanan dan penghantaran.



### Pergudangan

Gudang ini berfungsi dengan sistem penyimpanan yang berbeza daripada pergudangan biasa kerana barang-barang perlu diurus dan disimpan secara individu dalam pelbagai kuantiti. Ia juga menerima penghantaran baharu atau produk yang dikembalikan, menjalankan pemeriksaan kualiti serta pelabelan dan pengekodan bar (*bar-coding*).



### Pemprosesan Tempahan

Perkhidmatan e-pemenuhan menerima pesanan dari pelbagai saluran yang diurus sama ada melalui sistem bersepadu atau kerjasama rapat. Pemprosesan pesanan termasuk memilih produk mengikut pesanan dan memastikan pembungkusan yang sesuai untuk penghantaran.



### Penghantaran

Perkhidmatan pemenuhan bekerjasama dengan beberapa perkhidmatan kiriman cepat untuk mengedarkan sejumlah besar penghantaran kepada pembeli individu di seluruh dunia. Proses ini memerlukan pemilihan perkhidmatan kiriman cepat yang sesuai berdasarkan tahap perkhidmatan, kecekapan kos, pengurusan pelbagai penyedia penyelesaian logistik serta memastikan maklumat penghantaran terkini kepada pelanggan dan penerima.

### Kepentingan Perkhidmatan E-pemenuhan kepada PKS

Perdagangan merentas sempadan boleh menjadi usaha yang membimbangkan bagi PKS, kerana tidak seperti syarikat yang lebih besar, kebanyakan PKS mempunyai kurang pengetahuan mengenai pertukaran mata wang asing, logistik dan peraturan pasaran di pasaran luar negara. PKS boleh memanfaatkan kepakaran pihak ketiga untuk menguruskan aspek pemenuhan pesanan yang lazimnya adalah kompleks.

Perkhidmatan pemenuhan menawarkan banyak manfaat kepada PKS, termasuk:

- Pemenuhan pesanan secara automatik melalui pihak ketiga yang menjalankan proses logistik untuk penjual;
- Kos penghantaran yang lebih rendah apabila menghantar kuantiti yang besar, penjual boleh mendapatkan kadar yang lebih baik yang membawa kepada penjimatan untuk penjual atau pembeli;
- Penyimpanan yang lebih murah memandangkan penjual menyimpan inventori dengan penyedia khidmat pemenuhan dan tidak perlu menyewa gudangnya sendiri;
- Keperluan penyimpanan yang fleksibel kerana penjual boleh mengembangkan atau menurunkan permintaan yang diperlukan; dan
- Tawaran perkhidmatan yang lebih meluas kerana perkhidmatan pemenuhan turut menawarkan bantuan lain seperti pengumpulan produk, penyediaan alat dan banyak perkhidmatan lain.

Di Malaysia, antara penyedia perkhidmatan e-pemenuhan terkenal ialah Pos Laju, TresGo, Hubwire, CollectCo, DHL, iStoreiSend, FedEx, Nationwide Express, EasyParcel dan SkyNet Worldwide Express.