

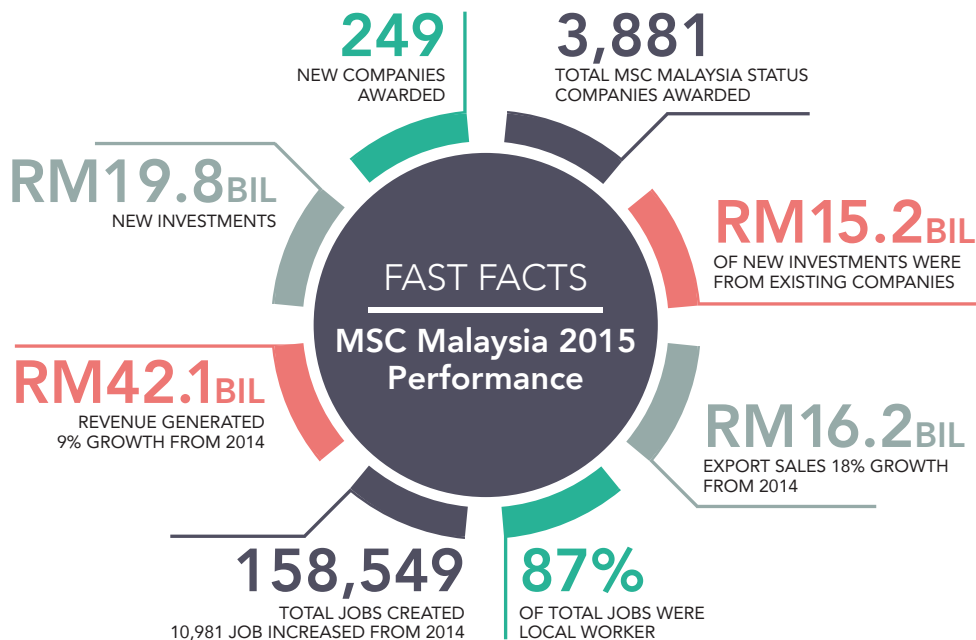
Sorotan Khas

Pendigitalan PKS Malaysia

Revolusi digital mungkin telah bermula pada abad ke-20 tetapi dalam zaman ini potensi sepenuhnya sedang direalisasikan dalam dunia perniagaan. Di seluruh dunia, teknologi digital yang menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan kelebihan daya saing, memacu inovasi dan membuka peluang pasaran baru. Menurut Suruhanjaya Eropah, ekonomi digital menyumbang sehingga 8% daripada keluaran dalam negeri kasar (KDNK) negara ekonomi utama G20. Malah, teknologi digital terus berkembang pesat dan kini aplikasi seperti mudah alih, pengkomputeran awam, *Big Data* dan *Internet of Things (IOTs)* menyediakan perniagaan dengan cara yang unik untuk memupuk reputasi mereka, membangun dan mengembangkan produk dan perkhidmatan mereka serta menghubungkan dengan penonton yang lebih besar. Sebagai contoh e-dagang yang dimulakan dengan perkhidmatan membeli dan menjual secara elektronik melalui Internet juga telah matang dalam aplikasinya selama ini. E-dagang kini menawarkan perniagaan celik teknologi maklumat (IT) dengan kelebihan daya saing yang membolehkan mereka untuk mengautomasikan operasi mereka, memperluaskan capaian pasaran, berkomunikasi sewajarnya dengan pelanggan, serta mempromosikan produk dan perkhidmatan yang lebih cekap.

Di Malaysia, ekonomi digital diiktiraf sebagai elemen utama dalam memacu pertumbuhan ekonomi negara pada masa hadapan. Kedudukan Malaysia di peringkat tinggi daripada *Break Out Trajectory Zone* dalam *Digital Evolution Index* (DEI). Negara-negara dalam zon ini berpotensi besar untuk membangunkan ekonomi digital yang kuat dan bersedia untuk menyertai barisan negara *Stand Out* seperti Singapura, Hong Kong, Amerika Syarikat dan Switzerland pada masa hadapan. Pada tahun 2014, ekonomi digital menyumbang 17% (2013: 16.4%) atau RM188.3 bilion kepada KDNK negara.

Program **Digital Malaysia**, yang diterajui oleh Perbadanan Digital Ekonomi Malaysia atau MDEC (sebelum ini dikenali sebagai Perbadanan Pembangunan Multimedia Sdn. Bhd.) telah ditubuhkan untuk merealisasikan potensi negara menjadikannya sebagai pemain penting dalam ekonomi digital global. Program ini bermula pada tahun 1996 dengan pelancaran projek *Multimedia Super Corridor* (MSC Malaysia) Sejak beberapa tahun, kemunculan teknologi digital yang lebih maju dan impaknya ke atas ekonomi telah mewajarkan keperluan untuk mengkaji semula objektif awal Malaysia, terutama memandangkan matlamat negara untuk menjadi sebuah negara berpendapatan tinggi dan maju.



Source: MSC Malaysia Annual Industry Report 2015

Hasilnya, program Digital Malaysia telah dilancarkan pada tahun 2012 untuk memacu negara ini kepada ekonomi digital yang maju menjelang tahun 2020. Secara khusus, Digital Malaysia bertujuan untuk:

- Menembusi permintaan global bagi produk dan perkhidmatan digital;
- Meningkatkan pendapatan rakyat dan membuka potensi keusahawanan bagi kumpulan 40% pendapatan isi rumah terendah (B40);
- Memperkasakan tenaga kerja generasi akan datang dengan set kemahiran digital dan penggunaan peralatan digital yang produktif; dan
- Memacu penerapan teknologi dalam kalangan PKS Malaysia untuk meningkatkan produktiviti

Untuk mencapai matlamat ini, Kerajaan telah menubuhkan beberapa inisiatif utama untuk membangunkan industri e-dagang seperti berikut:

PROGRAM PERKHIDMATAN MEMBOLEHKAN E-PEMBAYARAN UNTUK PKS

Dengan perkembangan berterusan teknologi, pelbagai peranti dan proses untuk membuat transaksi secara elektronik terus meningkat manakala peratusan transaksi tunai dan cek telah berkurangan dengan ketara. Internet mempunyai potensi untuk menjadi perantara perdagangan yang paling aktif dalam dekad ini. Program Pengupayaan eBayaran untuk PKS bertujuan untuk memudahkan dan menggalakkan penyertaan PKS dalam ekonomi digital dengan meningkatkan penggunaan e-pembayaran. Objektif utama adalah untuk memudahkan proses pembelian dan mengurangkan kos.

Agensi pelaksana program ini, SME Corp. Malaysia memperkenalkan peranti e-pembayaran kos rendah yang boleh disambungkan kepada infrastruktur rangkaian sedia ada. Kumpulan sasaran bagi program e-pembayaran adalah perusahaan mikro atau pengusaha 'pasar tani', restoran kecil dan perniagaan kecil yang bergantung kepada pasar malam, bazar lambak dan industri kampung. Bagi tempoh 2015, sebanyak 13,846 PKS telah dilengkapi dengan penyelesaian e-pembayaran yang melibatkan 22,236 terminal. Pada tahun 2020, projek ini dijangka menjana 1,125,000 cawangan perniagaan e-pembayaran yang dibolehkan oleh *Electronic Funds Transfer Point-of-Sale* (EFTPOS) terminal.



PROGRAM eTRADE

Program eTRADE yang dilaksanakan oleh Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE), sedang bekerjasama dengan agensi lain seperti SME Corp. Malaysia di bawah inisiatif Digital Malaysia dengan objektif untuk mempercepatkan eksport Malaysia melalui penyertaan PKS Malaysia di e-pasaran antarabangsa yang terkemuka.

Tiga aktiviti utama yang dilaksanakan melalui program eTRADE melibatkan pemilihan e-pasaran antarabangsa, program kesedaran dan capaian serta menyenaraikan PKS yang berkelayakan di e-pasaran.

Alibaba.com adalah e-pasaran Perniagaan ke Perniagaan (*Business to Business, B2B*) pertama di bawah program eTRADE melalui kerjasama MATRADE dengan Alibaba pada bulan Oktober 2014. Sebanyak 40 program kesedaran dalam bentuk Seminar, Bengkel dan Kaunter Maklumat telah dijalankan oleh MATRADE atau bersama dengan Alibaba. Permohonan eTRADE boleh dilakukan secara atas talian oleh PKS Malaysia melalui laman web MATRADE dan PKS berkelayakan akan disediakan dengan e-baucar untuk menampung sebahagian kos langganan tahun pertama mereka atau yuran penyenaian sebagai Pembekal Utama (Emas) Alibaba.

Sehingga 31 Disember 2015, seramai 416 PKS daripada pelbagai industri seperti makanan tersedua, minuman, perabot, farmaseutikal, penjagaan diri dan alatan automotif layak ke program eTRADE. PKS yang layak boleh menghadiri latihan 'on-boarding' yang dikendalikan oleh ejen yang dilantik oleh Alibaba di Malaysia bagi membolehkan mereka memahami ciri-ciri Alibaba dan juga untuk memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk menguruskan maklumat produk, gambar dan petunjuk perniagaan pada platform tersebut.

E-pasaran B2B antarabangsa dan Perniagaan ke Pengguna (*Business to Customer, B2C*) yang lain seperti TradeIndia.com, Amazon.com dan eBay.com telah dipilih untuk program eTRADE bagi tahun 2016. Kerjasama juga telah dimulakan dengan JinBaoMen (M) Sdn. Bhd. untuk mengembangkan e-pasaran B2C yang disediakan bagi pasaran China termasuk JD.com, TMall.com, Suning.com, Kjt.com dan Yhd.com.

Tiga aktiviti utama yang dilaksanakan melalui program eTRADE melibatkan pemilihan e-pasaran antarabangsa, program kesedaran dan capaian serta menyenaraikan PKS yang berkelayakan di e-pasaran



#MYCYBERSALE

#MYCYBERSALE adalah acara jualan dalam talian Malaysia yang terbesar, yang mengumpulkan pedagang popular dalam talian Malaysia untuk memberikan diskaun yang besar ke atas produk dan perkhidmatan mereka dalam tempoh yang ditetapkan. Ia dianjurkan oleh MDEC dan dibantu oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK), CyberSecurity Malaysia dan SME Corp. Malaysia. #MYCYBERSALE bertujuan untuk merangsang industri e-dagang di Malaysia melalui objektif berikut:

- Untuk menjana permintaan membeli-belah dalam talian daripada pengguna;
- Untuk menggalakkan PKS menggunakan e-dagang dalam perniagaan mereka; dan
- Untuk meningkatkan pendapatan domestik e-dagang

#MYCYBERSALE mula diperkenalkan pada tahun 2014 di bawah inisiatif Digital Malaysia sebagai pemangkin kepada industri e-dagang. #MYCYBERSALE pertama berjaya menjana RM67 juta nilai dagangan kasar (*gross merchandise value*, GMV) PKS, menunjukkan bahawa PKS memainkan peranan yang penting dalam meningkatkan pendapatan e-dagang domestik dan berpotensi untuk menjadi pengeksport bersih di rantau ini. Bagi tahun 2015, transaksi bernilai RM117 juta dijana melalui #MYCYBERSALE dan RM61 juta adalah daripada GMV PKS. Pada 2016, #MYCYBERSALE berlangsung dari 26 - 30 September, turut disertai oleh beberapa peruncit popular dalam bidang e-dagang seperti Lazada, Zalora, Lelong, Uniqlo, Bonia, Padini, Tanamera, Malaysian Airlines, Malindo Air dan Air Asia Berhad. Acara tersebut disasarkan menjana RM150 juta GMV tahun ini.

PENERAPAN ICT OLEH PKS

Statistik terbaru menunjukkan peningkatan yang ketara dalam penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi (*information and communications technology*, ICT) dalam kalangan PKS, terutamanya dalam dua tahun kebelakangan ini dari 2014 hingga 2016. Dalam kaji selidik Suku Pertama 2016 (S1 2016) yang dijalankan oleh SME Corp. Malaysia yang meliputi 2,176 PKS, penemuan kajian menunjukkan bahawa peranti seperti telefon bimbit, komputer dan komputer riba yang digunakan oleh responden tidak banyak berubah (dari 92.6% yang direkodkan pada S1 2014 kepada 98.3% pada S1 2016), namun bilangan responden yang menggunakan Internet telah meningkat dengan ketara kepada 90.1% (S1 2014: 33.3%), penggunaan media sosial untuk mempromosi dan memasarkan produk dan perkhidmatan mereka juga meningkat kepada 78.2% (S1 2014: 12.1%), kira-kira 32.3% menggunakan e-dagang dan e-pembayaran (S1 2014: 7.1%) manakala 30.9% mempunyai laman web sendiri (S1 2014: 11.4%). Kaji selidik itu juga mendapati bahawa



kira-kira 10.8% daripada responden terdiri daripada pengguna kali pertama peralatan ICT. Pada dasarnya, kira-kira 89.1% daripada responden menyatakan bahawa mereka telah menggunakan komputer untuk tujuan perniagaan berbanding 27.0% yang dicatatkan pada tahun 2010 berdasarkan Banci Ekonomi 2011 oleh Jabatan Perangkaan Malaysia (DOSM).

Berdasarkan kajian lain yang dijalankan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia mengenai penggunaan ICT oleh individu dan isi rumah pada tahun 2015, hasil kajian juga mendedahkan bahawa penggunaan telefon bimbit dan komputer telah meningkat termasuklah untuk tujuan perniagaan. Rangkaian sosial mendahului senarai tersebut dengan 84.3% responden menggunakannya, manakala kira-kira 79.6% menggunakan Internet untuk mendapatkan maklumat mengenai barangan dan perkhidmatan, 27.4% terlibat dalam perbankan Internet dan kira-kira 16.1% membeli barangan dan perkhidmatan dalam talian. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa pengguna lebih berpengetahuan mengenai keperluan peribadi mereka menerusi Internet dan telah mula bergantung kepada ICT untuk membuat keputusan mereka semasa pembelian produk dan perkhidmatan. Pada masa yang sama, terdapat perubahan minda dalam kalangan perniagaan, terutamanya PKS yang mula menceburi bidang ini sebagai maklum balas kepada tingkah laku pengguna dan menggunakan ICT, Internet dan media sosial untuk mengendalikan lebih transaksi perniagaan dalam talian.