

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN

DEWAN RAKYAT, MALAYSIA

**DARIPADA : Y.B. DR. KO CHUNG SEN
(KAMPAR)**

PERTANYAAN : LISAN

TARIKH : 08.06.2015

Y.B. DR. KO CHUNG SEN [KAMPAR] minta **MENTERI KEWANGAN** menyatakan:-

- a. jumlah dan peratusan GST yang dipungut yang akan dikembalikan semula kepada perniagaan; dan
- b. apakah jangka masa yang akan diambil untuk membuat pembayaran balik kepada pihak peniaga.

JAWAPAN

Tuan Yang Dipertua,

Kutipan sebenar dari pelaksanaan GST serta amaun yang perlu dipulang balik sebagai kredit cukai input belum dapat dimuktamadkan. Ini kerana tempoh bercukai bulanan bagi perniagaan yang mempunyai pendapatan tahunan melebihi lima juta ringgit, penyata GST-03 hanya akan dikemukakan sebelum atau pada hari terakhir bulan berikutnya. Manakala bagi perniagaan yang memperolehi pendapatan tahunan kurang daripada lima juta ringgit, tempoh bercukai adalah tiga bulan dan GST-03 untuk tempoh tersebut hanya akan dikemukakan pada atau sebelum hari terakhir bulan berikutnya. Sehubungan dengan itu, kutipan hasil GST tempatan bagi kedua-dua tempoh bercukai bagi bulan April, Mei dan Jun hanya akan dapat dimuktamadkan selepas 31 Julai 2015. Namun begitu, kutipan hasil GST import bagi tempoh 1 April 2015 hingga 27 Mei 2015 adalah sebanyak 2.649 billion ringgit iaitu sebelum mengambilkira tempoh kredit cukai input oleh perniagaan berdaftar.

Untuk makluman Yang Berhormat, dari aspek pembayaran balik tuntutan kredit cukai input, terdapat dua tempoh yang ditetapkan seperti berikut:

- i. 14 hari bekerja bagi tuntutan secara *online* yang dibuat melalui aplikasi sistem MyGST; dan
- ii. 28 hari bekerja bagi tuntutan yang dibuat secara manual atau serahan tangan.

**SIDANG DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KEDUA, PENGGAL KETIGA,
PARLIMEN KETIGA BELAS (2015)**

PERTANYAAN : LISAN
DARIPADA : YB DR. CHE ROSLI BIN CHE MAT
[HULU LANGAT]
TARIKH : 8 JUN 2015 [ISNIN]
SOALAN : 50

minta **MENTERI SAINS, TEKNOLOGI DAN INOVASI** menyatakan perancangan yang telah dan akan dibuat dalam usaha menyebarkan Sains dan Teknologi kepada masyarakat sama ada melalui media cetak, media elektronik dan media baru.

JAWAPAN :

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI) sentiasa komited untuk mempergiatkan usaha membudayakan Sains, Teknologi dan Inovasi (STI) di segenap lapisan masyarakat. Untuk itu, Kementerian menganjurkan program seperti Persidangan dan Pameran Inovasi Kebangsaan (*National Innovation Conference And Exhibition, NICE*), Tahun Pengkomersilan MOSTI (*MOSTI Commercialization Year, MCY*) dan Karnival Creativity & Science4U.

Selain itu, penyebaran maklumat STI melalui program jangkau luar (*outreach*) kepada masyarakat secara berterusan menggunakan media

cetak dan elektronik, media sosial serta komunikasi visual seperti liputan berita, buletin, artikel, *advertorial*, iklan, temubual, *crawler* dan pesanan khidmat masyarakat.

Untuk makluman Ahli-ahli Yang Berhormat, Kementerian menerbitkan Buletin myMOSTI setiap dua bulan sekali dan mengedarkan buletin tersebut ke universiti-universiti tempatan, perpustakaan awam, jabatan-jabatan kerajaan serta kepada orang ramai. Seterusnya penglibatan agensi di bawah Kementerian seperti CyberSecurity Malaysia yang berkongsi maklumat mengenai Kesedaran Keselamatan Siber Untuk Semua (CyberSAFE) di radio IKIM FM, stesyen televisyen TV9 dan RTM.

Penganjuran program dan aktiviti Kementerian memerlukan kaedah promosi yang efektif dan berkesan bagi menarik minat semua peringkat masyarakat untuk mengambil bahagian seterusnya membantu usaha meningkatkan kesedaran dan pemahaman orang awam mengenai kepentingan STI di negara ini. Justeru itu, penggunaan media dilihat sesuai dan signifikan untuk menghebahkan kepada masyarakat tentang pengisian serta objektif program-program tersebut. Beberapa pendekatan telah disusun dan diambil dengan kerjasama pelbagai pihak media sama ada milik kerajaan atau swasta, antaranya program temubual Selamat Pagi Malaysia di RTM, Astro Awani dan BERNAMA Radio dan juga promosi iklan melalui akhbar-akhbar tempatan. Promosi serta penyebaran maklumat tidak hanya menggunakan media tetapi menggunakan kaedah lain seperti pemasangan papan iklan (*billboard*) di kawasan-kawasan strategik sebagai hebahan bagi menarik minat orang ramai untuk menyertai program dan aktiviti yang dianjurkan oleh Kementerian.

Tuan Yang di-Pertua,

Melihat kepada peranan media sosial sebagai medium yang mampu mencapai jumlah audien yang ramai, Kementerian mengambil inisiatif menggunakan aplikasi popular ini untuk menyebarkan luaskan info STI menggunakan media baharu seperti portal rasmi MOSTI (www.mosti.gov.my), facebook (1mosti), instagram (mymosti), twitter (MyMosti) dan youtube (onemosti). Semua jabatan dan agensi di bawah Kementerian berserta Ketua-ketua Jabatan dan Agensi juga telah diarahkan sejak 2014 lagi untuk menggunakan medium media sosial secara aktif dan agresif bagi memastikan penyampaian maklumat STI secara cepat, tepat dan mudah difahami kepada orang awam dapat dicapai.

Untuk makluman Ahli-ahli Yang Berhormat, Kementerian merancang untuk mempertingkatkan kerjasama dengan pihak media supaya proses penyebaran maklumat STI dapat dilakukan secara berterusan dan efektif selaras dengan Dasar Sains, Teknologi dan Inovasi Negara (DSTIN) yang menekankan aspek Penggalakan dan Pemupukan Kesedaran STI di kalangan masyarakat.

Sekian, terima kasih.