

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN
DEWAN RAKYAT, MALAYSIA**

PERTANYAAN : LISAN
DARIPADA : DATUK JUSLIE BIN AJIRON [LIBARAN]
TARIKH : 08.06.2015 (ISNIN)

DATUK JUSLIE BIN AJIRON [LIBARAN] minta **MENTERI PERDAGANGAN DALAM NEGERI, KOPERASI DAN KEPENGGUNAAN** menyatakan:

- (a) usaha meramaikan usahawan meliputi capaian modal daripada institusi kewangan, modal teroka serta mendapat capaian pasaran domestik dan global termasuk kaedah pemasaran online dan media sosial; dan
- (b) apakah dasar Kementerian telah berjaya memastikan usahawan dan koperasi Bumiputera mempunyai capaian kepada premis perniagaan serta perusahaan berkualiti dan strategik dalam sektor keusahawanan dan perniagaan.

JAWAPAN:

Tuan Yang Di-Pertua,

- (a) Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan sentiasa mempergiatkan usaha membangunkan dan meramaikan usahawan tempatan yang berdaya saing dan berinovatif. Ianya diperluaskan kepada pembangunan usahawan secara koperasi dan francais selain daripada perniagaan bersifat individu.

Dalam usaha membantu serta membangunkan koperasi-koperasi supaya dapat terus berkembang dan berdaya tahan, Kementerian melalui Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) telah menyediakan galakan dan insentif seperti Bantuan Asas (maksimum RM50,000) dan Bantuan Pengukuhan termasuk bantuan pemasaran serta bantuan penyelidikan dan pembangunan (maksimum RM300,000) untuk membantu mengukuh dan memantapkan aktiviti dan perniagaan koperasi serta kemudahan pembiayaan berbentuk pinjaman mudah tanpa cagaran maksimum RM50,000 dan dengan cagaran sehingga maksimum RM10 juta.

Selain melalui koperasi, Kerajaan Malaysia turut menerima sistem francais sebagai salah satu kaedah terpantas dan efektif untuk melahirkan usahawan dan mengembangkan sesuatu perniagaan, khususnya bagi golongan Bumiputera,. Bermula **dari 2006 sehingga 31 Mac 2015**, PNS telah meluluskan pembiayaan berjumlah **RM318,038,239.00** kepada **1,685 usahawan** melalui pelbagai skim pembiayaan yang disediakan.

Kementerian sentiasa memberikan sokongan dan menggalakkan pengembangan syarikat francais tempatan untuk menembusi pasaran global. Menerusi penyertaan dalam program misi dagangan (*trade mission*), syarikat-syarikat francais tempatan dijemput mengikuti misi dagangan bagi memberi pendedahan dan peluang untuk mengembangkan perniagaan ke luar negara, ia juga dapat menghasilkan peluang meluaskan jaringan hubungan (*networking*) dan sebagainya.

Sehingga kini, terdapat lebih dari **58 jenama francais Malaysia** telah berjaya menembusi pasaran antarabangsa sehingga **lebih 53 buah negara** dengan pembukaan **2,119 outlet perniagaan** seperti di Singapura, Indonesia, China, Vietnam, Brunei, Filipina dan lain-lain.

Tuan Yang Di-Pertua,

Kementerian juga giat menganjurkan program-program berbentuk latihan keusahawanan bertujuan membina keupayaan usahawan tempatan bersaing di pasaran terbuka. Antara program latihan yang dilaksanakan adalah kursus pembangunan dan pemasaran produk di bawah Program Latihan Keusahawanan Peruncitan serta program advokasi berkaitan perundangan dan keusahawanan perniagaan *online* kepada para peniaga dan golongan pengguna yang berminat untuk menceburi bidang ini. Ia bertujuan meningkatkan tahap perkhidmatan dan penyampaian yang lebih inovatif dan efektif melalui siri kursus secara intensif. Kementerian turut menekankan pembangunan produk serta kaedah pemasaran produk atas talian (*online marketing*) dan

penggunaan media sosial sebagai platform perniagaan di dalam modul-modul yang ditawarkan.

Tuan Yang Di-Pertua,

- (b) Kementerian sentiasa merangka dan melaksanakan program-program secara strategik dan intensif dalam memastikan usahawan Negara sentiasa kompetitif di pasaran tempatan dan global. Salah satu peranan Kementerian ialah mempromosikan produk PKS tempatan melalui pasar raya besar asing. Sebagai contoh program-program seperti Program Suaian Perniagaan, Program Citarasa Malaysia (PCM), Program *Food Sampling* dan Program Pembangunan Produk PKS diadakan bertujuan mempromosikan produk-produk PKS tempatan di dalam pasar raya tempatan dan asing disamping meningkatkan capaian dan kualiti produk PKS tersebut.

Menerusi program Suaian Perniagaan, pengusaha PKS akan mempamerkan produk dan *buyer* dari setiap pasar raya akan hadir bagi membuat pemilihan ke atas produk tersebut. Bagi tahun 2014, sejumlah 376 usahawan PKS telah menyertai program ini dengan anjuran Kementerian dan agensi Kerajaan lain seperti MITI dan SME Bank.

Program Citarasa Malaysia (PCM) yang dahulu dikenali sebagai Program Promosi Produk Malaysia Citarasa Kita (PMCK) turut dilaksanakan semenjak tahun 2003 sehingga kini bertujuan mempromosikan produk PKS tempatan dengan kerjasama pasar raya tempatan dan asing. Pasar raya tempatan dan asing yang mengambil bahagian adalah seperti MYDIN, Tesco, AEON dan

AEON BIG. Sehingga tahun 2014, sejumlah 2,413 usahawan PKS yang melibatkan 9,701 produk telah menyertai program ini.

Kementerian juga membantu mempromosikan produk PKS yang telah disenarai tetap di dalam pasar raya melalui program *Food Sampling*. Kementerian bekerjasama dengan pasar raya MYDIN, GIANT, TESCO, AEON dan AEON BIG bagi menjayakan program ini. Program ini amat penting bagi mewujudkan kesedaran dikalangan pembeli mengenai kehadiran produk serta strategi meningkatkan penjualan produk supaya lebih berkesan. Bagi tahun 2014, sejumlah 24 usahawan PKS telah menyertai program ini yang melibatkan 19 cawangan pasar raya asing.

Menerusi program pembangunan produk PKS, Kementerian membantu PKS meningkatkan keupayaan untuk bersaing dan dan berpotensi untuk dipasarkan di pasar raya besar dengan penambahbaikan terhadap pembungkusan (*packaging*), pelabelan dan tempoh hayat produk (*shelf-life*). Bagi tahun 2014, Kementerian telah berjaya membangunkan sebanyak 49 *Stock Keeping Unit* (SKU).

Manakala, sehingga April 2015, sebanyak 3,070 koperasi Bumiputera yang berjaya dalam sektor pemborongan dan peruncitan telah diwujudkan. Ianya melibatkan sepuluh (10) aktiviti koperasi antaranya seperti TUKAR, kedai runcit, pasaraya, pusat pengedaran (DC) dan lain-lain lagi.