

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN**

**DEWAN RAKYAT, MALAYSIA**

**DARIPADA : Y.B. TAN SRI DATUK SERI PANGLIMA ANNUAR  
BIN MUSA**

**(KETEREH)**

**PERTANYAAN : BERTULIS**

**Y.B. TAN SRI DATUK SERI PANGLIMA ANNUAR BIN MUSA [ KETEREH ]** minta **MENTERI KEWANGAN** menyatakan jangkaan pendapatan negara dan prestasi kewangan negara setelah pelaksanaan GST dan apakah strategi bagi menyelesaikan semua kekeliruan berhubung isu GST yang akan menjejaskan kelangsungan hidup rakyat.

**JAWAPAN**

Untuk makluman Ahli Yang Berhormat, pelaksanaan GST mampu meningkatkan hasil Negara kerana skop pengenaan cukai yang lebih menyeluruh iaitu di semua peringkat pengeluaran dan pengedaran dengan mengimbangi kepentingan golongan yang berpendapatan rendah.

Oleh itu, Kerajaan menjangkakan anggaran kutipan hasil GST bagi tahun 2015 untuk tempoh 9 bulan selepas pelaksanaan GST pada 1 April 2015 adalah sebanyak 23.2 bilion. Anggaran ini telah dimaklumkan dalam pembentangan Bajet 2015. Namun begitu, dengan mengambil kira pemansuhan Cukai Jualan dan Cukai Perkhidmatan (SST) termasuk pakej bantuan cukai dan bukan cukai, maka hasil tambahan bersih bagi tempoh April hingga Disember 2015 dianggarkan sebanyak 690 juta ringgit. Setakat ini, jumlah keseluruhan kutipan hasil GST dari bulan April hingga Mei 2015 adalah sebanyak RM4.95 bilion.

Jabatan Kastam Diraja Malaysia (JKDM) bersama Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) telah mengadakan sidang media pada setiap hari di minggu pertama GST mula dilaksanakan dan sidang media tersebut masih terus dijalankan sehingga kini. Sidang media ini dijalankan bagi menjelaskan semua kekeliruan ataupun persoalan yang dibangkitkan mengenai isu-isu pelaksanaan GST oleh KPDNKK serta JKDM.

Selain itu, Kerajaan juga telah melaksanakan pelbagai langkah untuk memastikan supaya rakyat dapat memahami dengan tepat mengenai tujuan dan matlamat pelaksanaan GST. Kempen-kempen mengenai GST

kepada orang awam telah dilaksanakan melalui media cetak (majalah, surat khabar, handbook), elektronik (televisyen, radio), out-of-home (banner) serta secara online (media sosial, portal). Bagi terus mempromosikan kempen GST, video berbentuk kapsul diedarkan kepada agensi Kerajaan bagi membuat pendedahan secara berterusan. Program seperti Siri Jelajah Kempen GST turut dijalankan di seluruh negara (Semenanjung Malaysia termasuk Sabah dan Sarawak) supaya orang awam dapat memperolehi maklumat GST secara telus dan tepat. Menerusi program tersebut, maklumbalas daripada orang awam turut dikumpul dan majoriti mengakui bahawa kesedaran mengenai GST sudah meningkat berbanding dahulu.