

NO. SOALAN: 15

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN
DEWAN RAKYAT, MALAYSIA**

**PERTANYAAN : LISAN
DARIPADA : DATUK JUSLIE BIN AJIROL [LIBARAN]
TARIKH : 29.03.2018 (KHAMIS)**

Datuk Juslie Bin Ajirol [Libaran] minta **MENTERI PERDAGANGAN DALAM NEGERI, KOPERASI DAN KEPENGGUNAAN** menyatakan jumlah sasaran outlet KRIM 2.0 yang akan diwujudkan bagi tempoh 5 tahun akan datang dan daripada jumlah tersebut nyatakan jumlah outlet yang bakal dibina di kawasan luar bandar khususnya di Sabah.

JAWAPAN:

Tuan Yang Di-Pertua,

Inisiatif KR1M 2.0 tidak memfokuskan kepada kedai fizikal yang khusus seperti dahulu. KR1M 2.0 dilaksanakan melalui model perniagaan baharu yang melibatkan kerjasama antara pihak Kerajaan dan rakan kongsi strategik KR1M 2.0. Model perniagaan tersebut terdiri daripada operasi perniagaan kendalian pemilik (*owner-operator*) dan penjenamaan bersama (*co-branding*). Antara produk-produk yang dijual melalui KR1M 2.0 ialah barangan keperluan asas seperti gula kasar, minyak masak, tepung gandum dan beras yang dijual pada harga berpatutan. Selain itu, KR1M 2.0 juga tidak lagi menjual produk dalaman (*in-house*) sendiri seperti KR1M yang lalu. Barangan KR1M 2.0 yang dijual adalah barangan

harian yang berjenama dan pembungkusannya sama seperti yang dijual di lain-lain kedai.

Tuan Yang Di-Pertua,

Outlet KR1M 2.0 sedang dilaksanakan dengan tiga kategori dan secara berfasa iaitu:

1. Kategori pertama (1) - konsep pasaraya iaitu melalui rangkaian pasaraya TMG.
2. Kategori kedua (2) - konsep "*convenience*"/kedai serbaneka khususnya di kawasan bandar seperti yang akan dilaksanakan bersama KK Super Mart tidak lama lagi.
3. Kategori ketiga - "*sundry shops*" (kedai runcit biasa) yang berdaya maju, yang dilaksana kemudiannya apabila pelaksanaan di peringkat (fasa) kategori 1 dan 2 telah lancar dan isu-isu logistik dan lain-lain isu operasi telah dikaji dengan mendalam. Pada kategori ketiga ini, ia tidak perlu dilaku secara tergesa-gesa kerana ia melibatkan banyak faktor penting termasuk logistik seperti pengangkutan dan pusat pengedaran (DC).

Model perniagaan baharu yang diperkenalkan bagi penjenamaan semula KR1M 2.0 adalah bertepatan pada masanya serta lebih terbuka dan berdaya maju. Pertumbuhan jualan yang cemerlang dapat dilihat walaupun ia baru dilancarkan semula pada 4 Februari lalu membuktikan kejayaan dalam inisiatif yang diperkenalkan oleh kerajaan melalui inisiatif swasta. Inisiatif ini bukan saja memberi manfaat kepada rakyat berpendapatan rendah dan sederhana malah, turut memberi kelebihan kepada perniagaan yang mengambil bahagian.

Secara umumnya pelaksanaan KR1M 2.0 dilaksanakan melalui kerjasama strategik dengan syarikat runcit yang berkaliber dan berkeupayaan seperti TMG, KK Super Mart atau entiti peruncitan lain yang berwibawa tanpa bantuan kewangan dari pihak Kerajaan dan pihak tersebut akan menjadi *anchor* (tunjang) kepada kedai atau outlet KR1M 2.0 yang lain. Ini bagi memastikan kelangsungan perniagaan dan bekalan produk KR1M 2.0 yang konsisten.

Tuan Yang Di-Pertua,

Sehingga Mac 2018, sebanyak 52 buah outlet KR1M 2.0 telah beroperasi dan Kerajaan berhasrat untuk membuka 3,000 cawangan KR1M 2.0 menjelang 2020 di seluruh negara termasuk di kawasan-kawasan luar bandar.