

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN**

**DEWAN RAKYAT, MALAYSIA**

**PERTANYAAN : LISAN**  
**DARIPADA : YB TUAN ANUAR BIN ABD MANAP**  
**(SEKIJANG)**  
**TARIKH : 3 APRIL 2018 (SELASA)**  
**NO. SOALAN : 39**

**SOALAN**

**YB TUAN ANUAR BIN ABD MANAP (SEKIJANG) minta MENTERI PERDAGANGAN ANTARABANGSA DAN INDUSTRI menyatakan di manakah tahap dan kedudukan sektor eDagang di Malaysia dan apakah langkah-langkah yang diambil pihak Kementerian bagi mempromosi dan menambahbaik eDagang agar lebih banyak syarikat mengambil peluang akses eDagang terutamanya selepas Zon Perdagangan Bebas Digital (DFTZ) diwujudkan.**

## JAWAPAN

Tuan Yang Di Pertua,

Evolusi eDagang di Malaysia bermula dengan penubuhan Jaring Communications Sdn. Bhd. (JARING) pada tahun 1990 yang merupakan penyedia perkhidmatan internet pertama di Malaysia. Pada tahun 1992, jaringan antarabangsa pertama yang menghubungkan Malaysia dan Amerika Syarikat telah dipasang yang menghubungkan Malaysia dengan internet. Pada tahun 1996 pula, TMNet telah ditubuhkan dan ini seterusnya mendorong kepada kemunculan Lelong.com. eDagang di Malaysia terus berkembang pesat mulai tahun 2000 melalui pelancaran eBay Malaysia, Lazada, Zalora dan Rakuten di Malaysia. Selain itu, TESCO Online merupakan retailer pertama di Malaysia yang memperkenalkan konsep penjualan *online* selaras dengan pertumbuhan pesat eDagang di Malaysia.

Sehingga kini, sebanyak 58,824 entiti perniagaan dalam talian berdaftar dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM). Berdasarkan hasil kaji selidik SME Corp. Malaysia bagi Suku Ketiga Tahun 2017, didapati kira-kira 28 peratus Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) tempatan menjual produk atau perkhidmatan secara dalam talian. Daripada jumlah tersebut, sebanyak 17.8 peratus PKS mengeksport barangan dan perkhidmatan mereka secara dalam talian. Dari segi sumbangan kepada pertumbuhan ekonomi negara, data Jabatan Perangkaan Malaysia menunjukkan sumbangan eDagang kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) telah meningkat kepada 6.1 peratus iaitu RM74.6 bilion berbanding sumbangan sebanyak 5.9 peratus atau RM68.3 bilion pada tahun sebelumnya.

81

Di peringkat Kerajaan Pusat, di antara pendekatan yang telah dilaksanakan dalam aspek ekonomi digital yang turut memangkin pertumbuhan sektor eDagang adalah seperti berikut:

- (i) inisiatif Koridor Raya Multimedia (MSC) dan inisiatif-inisiatif berkaitan pendigitalan system penyampaian perkhidmatan Kerajaan (*e-Government*) yang telah dilaksanakan pada tahun 1996;
- (ii) Inisiatif '*Broadband*' Kebangsaan yang telah dilaksanakan pada tahun 2006;
- (iii) Pelan Sektor Kewangan 2011-2020 Bank Negara Malaysia (BNM) yang telah dilaksanakan sejak tahun 2011;
- (iv) inisiatif '*Digital Malaysia*' yang telah dilaksanakan pada tahun 2012;
- (v) penjenamaan semula Perbadanan Multimedia Malaysia kepada Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC) pada tahun 2016; dan
- (vi) pengumuman tahun 2017 sebagai Tahun Ekonomi Berasaskan Internet oleh YAB Perdana Menteri.

Kerajaan telah melaksanakan Pelan Hala Tuju Strategik eDagang Kebangsaan (*National eCommerce Strategic Roadmap-NeSR*) sejak tahun 2016. Di bawah Pelan Hala Tuju ini, Kerajaan telah menetapkan sasaran untuk menggandakan kadar pertumbuhan eDagang di Malaysia daripada 10.8% pada tahun 2016 kepada 20.8% menjelang 2020. Kadar pertumbuhan dijangka menyumbang lebih RM211 bilion nilai Keluaran

Dalam Negara Kasar (KDNK) negara berbanding sasaran awal yang telah ditetapkan di bawah Rancangan Malaysia Kesebelas (RMK-11) iaitu sebanyak RM114 bilion. Pelan Hala Tuju ini adalah fokus kepada enam (6) teras utama iaitu:

- (i) Mempercepatkan tahap aplikasi eDagang di kalangan penjual;
- (ii) Meningkatkan penggunaan ePerolehan di kalangan komuniti perniagaan;
- (iii) Menghapuskan halangan bukan tarif bagi eFulfillment, eDagang rentas sempadan, ePembayaran dan perlindungan pengguna;
- (iv) Menyelaraskan insentif ekonomi semasa;
- (v) Pelaburan strategik dalam pemain eDagang terpilih; dan
- (vi) Mempromosikan jenama negara bagi meningkatkan transaksi eDagang rentas sempadan.

Pelaksanaan Pelan Hala Tuju ini dipantau oleh Majlis eDagang Kebangsaan (NeCC) yang berperanan untuk mengukuh dan meningkatkan tahap daya saing ekosistem eDagang melalui kerjasama erat antara Kerajaan dengan pihak industri termasuk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) tempatan di sepanjang rangkaian nilai eDagang. Majlis ini dianggotai oleh 26 Kementerian dan agensi yang terlibat secara langsung dalam agenda eDagang. Sejak ditubuhkan pada Disember 2015, NeCC telah bermesyuarat sebanyak enam (6) kali iaitu pada 18 Januari 2016, 10 Jun 2016, 28 November 2016, 15 Mac 2017, 26 Julai 2017 dan yang terbaharu pada 8 Februari 2018.

Di antara inisiatif ke arah pembangunan ekosistem eDagang yang telah dilaksanakan sejak penubuhan NeCC ialah:

- (i) Pelancaran platform 'Go eCommerce' yang menyediakan lebih 130 modul latihan dan bimbingan secara dalam talian kepada PKS yang berdaftar untuk mengaplikasi eDagang dan seterusnya menembusi pasaran eksport. Pendaftaran adalah percuma dan terbuka kepada semua PKS tempatan dan ianya boleh dicapai melalui laman sesawang [www.GoeCommerce.my](http://www.GoeCommerce.my). Sehingga kini, lebih dari 11,000 syarikat telah berdaftar di bawah platform ini;
- (ii) Pelaksanaan pelbagai program bimbingan dan latihan kepada PKS tempatan yang dilaksanakan secara usahasama dengan pihak industri seperti Alibaba, Lazada, 11 Street, Google dan sebagainya. Sebagai contoh, lebih dari 9,000 syarikat telahpun menyertai aktiviti konsultasi dan perkongsian maklumat di bawah Program eTRADE anjuran MATRADE dimana majoritinya adalah dari kalangan PKS;
- (iii) Kerjasama antara Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE) dengan *eMarketplace* tersohor seperti Alibaba.com, Trade India, Dagang Halal, Aladdin Street, Amazon, eBay, Qoo11, Tarad.com, Matahari Mall, JD.com dan TMall Global menerusi Skim eTRADE bagi membantu syarikat tempatan menembusi pasaran eksport;
- (iv) Penganjuran pelbagai program dan inisiatif bertujuan menggalakkan penyertaan PKS dalam ekonomi digital seperti Program Mengupayakan eBayaran untuk PKS dan Perusahaan Mikro, #MYCYBERSALE, eUSAHAWAN dan eRezeki yang dilaksanakan oleh MITI dan agensi-agensinya seperti MATRADE, SME Corp Malaysia serta Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC);

- (v) Program *engagement* dan turun padang bertujuan memberi pendedahan dan meningkatkan tahap kesedaran golongan PKS tempatan mengenai agenda eDagang kebangsaan. Ini termasuk penganjuran Forum Ekonomi Digital pada 8 Februari 2018 dan Program *MITI Day* di peringkat kebangsaan dan negeri; dan
- (vi) Pelaksanaan inisiatif berkaitan *cashless society* oleh Bank Negara Malaysia (BNM). Di antaranya termasuk memansuhkan bayaran pemindahan segera sebanyak 50 sen bagi pemindahan sehingga RM5,000 setiap transaksi oleh individu dan perusahaan kecil dan sederhana (PKS), berkuat kuasa 1 Julai 2018. Selain itu, menerusi Rangka Kerja Pemindahan Kredit Saling Operasi (*Interoperable Credit Transfer Framework - ICTF*), buat pertama kalinya dalam sejarah, pelanggan bank dan bukan bank tidak lama lagi akan dapat memindahkan dana dalam keseluruhan rangkaian, dengan merujuk kepada nombor telefon bimbit, nombor pengenalan atau kod QR.

Tuan Yang Di Pertua,

Inisiatif Zon Perdagangan Bebas Digital (DFTZ) merupakan salah satu inisiatif utama Kerajaan dalam usaha meningkatkan lagi penglibatan pemain industri eDagang dalam ekonomi digital dengan fokus utama yang menjurus kepada agenda memperkasakan PKS tempatan. Projek Perintis DFTZ, antara lain memberi manfaat kepada PKS tempatan seperti berikut:

- (i) platform terbaik bagi PKS tempatan untuk menembusi pasaran eksport melalui aktiviti eDagang rentas sempadan;
- (ii) fasiliti gudang *eFulfilment* yang lebih efisien;
- (iii) platform perkhidmatan Kerajaan secara lebih berintegritas dan seragam; dan
- (iv) memudahkan transaksi perniagaan secara dalam talian serta penambahbaikan ke atas sistem pelepasan Kastam dan kargo.

DFTZ telah mula menampakkan impak positif dalam merealisasikan agenda kebangsaan dalam meningkatkan penyertaan PKS dalam transaksi eDagang rentas sempadan. Sejak Projek Perintis ini dilaksanakan, lebih dari 2,000 PKS tempatan telahpun berdaftar untuk mengeksport produk mereka menerusi platform Alibaba.

MITI dan agensi-agensinya di bawahnya seperti MATRADE dan SME Corp. Malaysia berserta Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC) akan terus memantau prestasi eksport PKS yang menyertai program ini bagi memastikan PKS tempatan terus kompetitif dan berdaya maju. Selain itu, usaha akan dipergiatkan bagi melibatkan lebih ramai PKS untuk menembusi pasaran eksport melalui inisiatif DFTZ.

Selain dari Alibaba, adalah menjadi hasrat Kerajaan untuk melibatkan lebih ramai pemain industri lain seperti *eMarketplace* dan industri logistik untuk turut sama menyertai DFTZ. Sebagai contoh, syarikat Lazada akan menyertai inisiatif DFTZ mulai 2018, khususnya bagi meningkatkan eksport PKS ke pasaran serantau dan global. Lain-lain *eMarketplace* yang telah dikenalpasti untuk turut serta termasuk Amazon, eBay, Trade India, Matahari Mall dan *eMarketplace* tempatan seperti Dagang Halal, Aladdin Street, Zilzar serta BuyMalaysia.