

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT PERTAMA, PENGGAL KETIGA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS**

PERTANYAAN : JAWAB LISAN

**DARIPADA : TUAN SYED IBRAHIM BIN SYED NOH
[LEDANG]**

TARIKH : 11 OKTOBER 2021 (ISNIN)

SOALAN

minta **MENTERI KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA** menyatakan secara terperinci perkembangan data dan statistik yang inisiatif pendigitalan dalam Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) melibatkan usaha pendigitalan untuk industri Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) bagi tahun 2020 dan 2021.

JAWAPAN

Tuan Yang Dipertua,

Untuk makluman Ahli Yang Berhormat, inisiatif e-dagang adalah salah satu inisiatif di bawah Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) pada tahun 2020 yang telah dilaksanakan oleh MDEC. Inisiatif ini bertujuan menggalakkan penggunaan platform e-dagang serta teknologi digital dalam operasi perniagaan khususnya oleh Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dan Usahawan Mikro. Kempen-kempen yang dilaksanakan di bawah inisiatif ini adalah seperti berikut:

- a. Kempen E-dagang untuk PKS dan Usahawan Mikro (PMKS) yang bertujuan untuk menggalakkan PMKS menggunakan platform dan aplikasi e-dagang untuk meluaskan pasaran mereka. MDEC telah bekerjasama dengan rakan e-dagang

SOALAN NO : 61

tempatan dan luar negara bersama dengan kementerian-kementerian dan agensi-agensi pembangunan usahawan lain bagi memastikan golongan sasaran ini mendapat manfaat daripada program ini. Sebanyak 93,000 PMKS telah mendapat manfaat daripada kempen ini. Jumlah jualan e-dagang yang dicapai menerusi kempen ini telah mencecah lebih RM929 juta. Kempen ini telah dilaksanakan dari Jun hingga September 2020.

- b. Kempen Shop Malaysia Online yang merupakan kempen jualan e-dagang untuk menggalakkan pembelian dalam talian melalui pemberian baucar, diskaun dan rebat. Kempen ini menumpukan usaha menggalakkan dan meningkatkan jualan dalam talian untuk produk dan barangan PKS tempatan. Di samping itu, kempen ini turut bertujuan untuk menarik lebih banyak PKS tempatan menggunakan platform e-dagang dan menggalakkan eksport produk tempatan melalui platform e-dagang antarabangsa. Kempen ini telah berjaya menjana jualan e-dagang melebihi RM945 juta, 8.2 juta jumlah transaksi dan telah memberi manfaat kepada lebih 202,000 peniaga Malaysia. Kempen ini telah dilaksanakan dari Ogos hingga September 2020.

Di bawah Inisiatif e-Dagang Belanjawan 2021, dua kempen sedang dilaksanakan iaitu, kempen Go-eCommerce *Onboarding* dan kempen Shop Malaysia Online. Inisiatif ini dijangka akan memberi manfaat kepada 300,000 peniaga mikro dan PKS yang terdiri daripada pelbagai sasaran komuniti. Melalui inisiatif ini penjaja dan pengusaha mikro yang terdiri daripada peniaga di pasar, pasar tani, pasar malam, pengusaha kenderaan bersaji (*food truck operator*) masih boleh mengurusniaga walaupun dalam keadaan perintah kawalan pergerakan. Inisiatif e-dagang ini telah bermula pada 1 Julai 2021 dan akan berakhir pada 31 Disember 2021.

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN LISAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT PERTAMA, PENGGAL KEEMPAT,
PARLIMEN KE-14

PERTANYAAN : LISAN
DARIPADA : Y.B. PUAN TEO NIE CHING
[KULAI]
TARIKH : 11 OKTOBER 2021 (ISNIN)

SOALAN

Puan Teo Nie Ching [Kulai] minta **MENTERI KEWANGAN** menyatakan jumlah yang telah dibayar kepada Sin Chew Daily, The Star dan lain-lain untuk kesemua "*advertorial*", antaranya termasuk *advertorial* seperti berikut:-

(a) 21 Januari 2021 tentang Bantuan Permai 2021, 22 November 2019 dan 15 Disember 2019 tentang Belanjawan 2020; dan

(b) Disember 2020 tentang i-Sinar

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

1. Untuk makluman ahli Yang Berhormat Kulai, dalam melaksanakan hebahan berkaitan pakej rangsangan ekonomi, Kementerian Kewangan menggunakan pendekatan strategi komunikasi pemasaran bersepadu (*intergrated marketing communication*) menerusi medium media cetak, elektronik dan *online* (portal berita/*infotainment*). Usaha ini bertujuan untuk menyalurkan maklumat berkaitan inisiatif-inisiatif pakej rangsangan ekonomi kepada rakyat menerusi lanskap komunikasi yang pelbagai.

2. Bagi hebahan Pakej Bantuan Perlindungan Ekonomi dan Rakyat Malaysia (PERMAI), sejumlah RM1.8 juta telah dibelanjakan bagi tempoh Januari hingga Mac 2021 melibatkan 12 agensi media termasuk Sin Chew dan The Star. Perbelanjaan hebahan ini merangkumi komponen *advertorial*, laporan khas TV, *public service announcement*, *talkshow*, kapsul, penulisan kreatif dan *infoboard*. Hebahan PERMAI juga turut menguar-uarkan inisiatif-inisiatif yang dilaksanakan oleh 27 buah Kementerian di bawah penyelarasan Pejabat Perdana Menteri.

3. Dari segi pelaksanaan hebahan, Kementerian Kewangan membuat hebahan secara menyeluruh dan bersepadu bagi memastikan maklumat berkaitan inisiatif dapat disalur serta diketahui oleh rakyat secara konsisten merangkumi liputan media *mainstream* dan media digital. Bagi hebahan inisiatif i-Sinar ianya telah dibuat bersekali (terangkum) di bawah hebahan Belanjawan 2021.

4. Untuk makluman ahli Yang Berhormat Kulai, hebahan Belanjawan 2020 dilaksanakan menerusi pendekatan *below the line* dengan komponen publisiti sahaja serta tiada peruntukan yang dibelanjakan.

Sekian, terima kasih.