



Kerjasama e-dagang Malaysia, China rancakkan ekonomi PKS

Oleh Prof Madya Roger Luo - September 21, 2021 @ 10:01am
bhrencana@bh.com.my



- Gambar hiasan

Berdasarkan Laporan Tahunan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) 2020 yang diterbitkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia, kebanyakan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) bagi sektor PKS menguncup apabila mengalami penurunan sebanyak 7.3%. Ini merupakan prestasi yang paling buruk sepanjang 16 tahun ini.

Justeru, kerajaan Malaysia telah mengambil pelbagai langkah untuk membantu PKS, terutamanya meningkatkan pelaburan dalam bidang ekonomi digital. Pada 7hb September, Menteri Komunikasi dan Multimedia Tan Sri Annuar Musa menyatakan bahawa kerajaan bercadang untuk meluluskan bajet melebihi RM 40 juta untuk PKS. Seterusnya, kerajaan juga menyebarkan idea digitalisasi bagi 300,000 PKS melalui pelan seperti SayaDigital, Go eCommerce dan Shop Malaysia Online.

Pada masa yang sama, kerajaan tempatan menyeru syarikat perusahaan supaya melibatkan diri dalam ekonomi digital secara aktif. Semenjak tahun 2020, kerajaan negeri Selangor telah mengadakan 4 penyenaian dalam talian yang memanfaatkan lebih daripada 290 ribu syarikat perusahaan digital. Setelah Kerajaan Johor berjaya memperkenalkan penyenaian talian bagi Johor, kerajaan juga meluluskan peruntukan sebanyak RM 500 ribu pada 9hb September untuk membuka Johor E-Marketplace 2.0 bagi mengalakkan PKS untuk memulakan E-dagang.

Sebagai salah satu daripada pameran utama di negara China serta platform utama bagi kerjasama ekonomi dan perdagangan antara China dan ASEAN, Ekspo China-Asean turut memperkukuhkan perkembangan PKS melalui penyenaian talian. Pada 10hb September, Ekspo China-Asean ke-18 telah diadakan di Nanning, Guangxi secara hibrid untuk mempromosikan pameran atas talian serta kegiatan ekonomi dan perdagangan di negara seperti Malaysia. Selain itu, Ekspo China-ASEAN turut mengadakan persidangan promosi secara langsung, pelancaran produk, pepadanan video satu demi satu dan sebagainya. Hal ini dikatakan sedemikian kerana Ekspo China-ASEAN ingin menyediakan paparan atas talian untuk kegunaan syarikat sepanjang tahun serta perkhidmatan promosi ekonomi dan perdagangan tahunan secara berkala sepanjang tahun, ini seterusnya mendorong pedagang supaya melibatkan diri secara aktif dalam perundingan atas talian.

Ekspo China-ASEAN juga menganjurkan "Musim Barang Pilihan" buat pertama kalinya dengan mengadakan siaran langsung khas Ekspo China-ASEAN untuk mempromosikan produk-produk ASEAN supaya memasuki pasaran domestik, dan mempromosikan produk-produk Guangxi (Jenama Gui) yang terkenal serta berkualiti tinggi ke seluruh negara serta negara ASEAN.

Rakan sekerja penulis yang berwarganegara Thailand, telah mengambil kesempatan ini lalu menjadi perhatian ramai. Beliau merupakan seorang profesor dalam bidang ekonomi dan juga seorang guru Bahasa Thai. Tambahan pula, beliau memainkan peranan sebagai seorang penjual melalui siaran langsung. Antara keluaran istimewa yang diperkenalkan termasuk durian keluaran Thailand serta luosi mee (mee yang digemari ramai di Guangxi).

Durian merupakan buah-buahan tropika yang popular di Malaysia dan China. TYT Bai Tian selaku bekas Duta Besar Republik Rakyat China ke Malaysia turut mendapat gelaran 'jurujual durian yang paling hebat' selepas dia muncul dalam video yang memperkenalkan keistimewaan Musang King kepada penonton melalui TikTok.

Seterusnya, Duta Besar Malaysia ke Republik Rakyat China, TYT Datuk Nushirwan Zainal Abidin melibatkan diri dalam promosi durian sambil menunjukkan cara membuka durian. Jualan durian Musang King mendapat sambutan hangat melalui E-dagang di China. Durian yang dibuka oleh Datuk Nushirwan Zainal Abidin telah dijual pada harga sebanyak RMB 1000, bersamaan dengan USD 152.

Seperti yang dinyatakan oleh Perdana Menteri Malaysia Dato Sri Ismail Sabri dalam ucapan perasmian untuk Ekspo China-ASEAN, PKS merupakan tunjang ekonomi bagi pembangunan sesebuah negara. Negara ASEAN dan China haruslah mempromosikan kerjasama dalam perkongsian ekonomi digital selanjutnya mendorong PKS untuk meningkatkan penggunaan teknologi. Dorongan harus diberikan supaya PKS bekerjasama dalam ekonomi digital akan menjadi tumpuan bagi kerjasama kegiatan ekonomi dan perdagangan antara China dengan negara ASEAN.

Justeru, bagaimana kerjasama antara Malaysia dengan China dalam industri ekonomi

digital dapat meningkatkan prestasi dalam E-dagang?

Kemudahan prasarana sebagai prasyarat

Kedua-dua pihak haruslah menumpukan perhatian dalam mengembangkan kemudahan infrastruktur internet serta meningkatkan kadar penembusan jalur lebar di kawasan terpencil, mempercepatkan peredaran sistem logistik dan penghantaran ekspres antara kedua-dua buah negara. Pada masa yang sama, kerajaan Malaysia boleh mempertimbangkan pembangunan bandar E-dagang di sepanjang Laluan Rel Pantai Timur. Dengan adanya kemudahan pengangkutan sebagai asas, kos logistik dapat dikurangkan seterusnya meningkatkan kadar efisiensi pengedaran logistik. Dengan itu, kedua-dua pihak dapat mengintegrasikan kedai fizikal dan E-dagang supaya ekonomi fizikal dan ekonomi rangkaian dapat melipatgandakan manfaatnya.

Perancangan kerajaan sebagai asas

Kerajaan Malaysia telah mengambil pendekatan konsep Keluarga Malaysia dalam pelan pembangunan nasional. Justeru, China harus menggunakan saluran kerjasama antara kerajaan tempatan dengan dewan perniagaan industri untuk mencari dan menentukan produk utama yang sesuai dikembangkan dalam E-dagang. Contohnya, kawasan maju didominasi oleh produk berteknologi tinggi sebaliknya kawasan luar bandar mengutamakan produk hijau sebagai tumpuan jualannya. Dengan itu, kawasan terpencil dan kawasan luar bandar saling bergantung lalu mewujudkan peluang pekerjaan kepada penganggur dan orang mufli, selanjutnya membantu kawasan berkenaan mengubah cara pembangunan ekonomi.

Kerjasama teknikal

Dalam platform seperti Ekspo China-ASEAN dan data besar, selepas menyusun pertanian makanan dan sampingan, peralatan elektronik, dan peralatan perubatan serta mengenal pasti segmentasi pelanggan. Sejurus itu, kerajaan Malaysia dapat menumpukan kepada golongan pelanggan yang bernilai tinggi supaya dapat melancarkan titik tetap terhadap China dan negara lain dalam Ekspo China-ASEAN. Situasi ini seterusnya membenarkan syarikat mengubah teras perniagaan mereka secara bertumpu dan membina strategi yang menyeluruh untuk transformasi digital. Pada masa yang sama, dengan mengambil kira faktor-faktor seperti bilangan professional dalam perniagaan di Malaysia yang banyak serta bilangan orang yang berbakat dan berpengalaman dalam siaran langsung E-dagang di China, institusi Pendidikan Malaysia dengan China boleh bergabung dan berbincang mengenai kerjasama dalam latihan bakat jangka pendek dan panjang untuk tujuan siaran langsung E-dagang, menyelesaikan masalah kekurangan professional digital, seterusnya membentuk model siaran langsung E-dagang yang sesuai untuk penonton di Malaysia dan negara Asia Tenggara. Saya percaya bahawa kerjasama E-dagang antara Malaysia dan China bukan sahaja mengurangkan jarak antara rakyat kedua-dua negara untuk bersama-sama menikmati pasaran besar, malah menjalinkan ekonomi sebenar dan ekonomi rangkaian bagi kedua-dua pihak. Jalinan ini seterusnya membolehkan pembangunan nasional kedua-dua buah negara dihubungkan secara berkesan.

Penulis: Profesor Madya Roger Luo, Sarjana Pelawat di Institut Pengajian China Universiti Malaya, ahli Persatuan Bergabung Undang-Undang Malaysia-China.

Penulis Sarjana Pelawat Institut Pengajian China Universiti Malaya (UM)