

## **MDEC Lancarkan Kempen Go eCommerce Onboarding dan Shop Malaysia Online memanfaatkan 300,000 peniaga tempatan**

- *Inisiatif menerusi Belanjawan 2021 ini menyasarkan untuk memanfaatkan 300,000 perniagaan tempatan pelbagai sektor*
- *Kedua-dua kempen ini juga dijangka menghasilkan 10 juta transaksi untuk bantu pemulihan ekonomi*
- *Rakan kongsi yang mengambil bahagian akan bersama kerajaan dengan menyumbang subsidi, insentif, rebat dan potongan harga sebanyak RM200 juta*

**CYBERJAYA, 1 JULAI 2021:** Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC), yang merupakan agensi utama dalam menerajui transformasi digital Malaysia, hari ini dengan mengumumkan pelancaran Kempen *Go-eCommerce Onboarding* dan Kempen *Shop Malaysia Online* (SMO). MDEC sebagai agensi utama akan melaksanakan kedua-dua inisiatif ini berdasarkan konsep pembiayaan awam - swasta.

Sebagai sebahagian daripada inisiatif Belanjawan 2021, kempen ini menyaksikan kerajaan akan menyuntik pakej insentif bernilai RM200 juta yang bertujuan untuk memberi sokongan kepada perniagaan tempatan pelbagai sektor menyertai platform e-dagang dan e-bayar. Langkah ini diharap dapat meningkatkan kemampuan penjualan dalam semua platform yang mengambil bahagian dan seterusnya membantu meningkatkan pendapatan. Di bawah kempen SMO, kerajaan memberikan insentif seperti potongan harga, rebat dan bawcar penghantaran kepada rakyat bagi mendorong lebih banyak pembelian secara dalam talian dari perniagaan dan produk tempatan. Tambahan RM100 juta turut diperuntukkan untuk membantu perniagaan tempatan menyertai platform e-dagang melalui Kempen Go eCommerce.

"Ekonomi digital mewakili pemacu utama pertumbuhan negara dan pencapaian luar biasa pada 2020 merupakan bukti kejayaan inisiatif yang dilaksanakan. Kerajaan peka dan sentiasa mengambil maklum keperluan industri dan perniagaan. Oleh itu, tambahan peruntukan yang disalurkan untuk pada tahun ini merupakan sokongan dan dorongan berterusan untuk pertumbuhan ekosistem e-dagang sejajar dengan matlamat Rangka Tindakan Ekonomi Digital Malaysia (MyDIGITAL).

"Usaha memudah serta membantu perniagaan tempatan untuk bergerak ke arah pendigitalan dan operasi secara dalam talian akan memastikan mereka menjadi bukti potensi masa depan akibat gangguan yang berlaku. Dengan menyokong perniagaan Malaysia, kerajaan juga akan memastikan pekerjaan dan kehidupan rakyat dapat diselamatkan. Kerajaan sentiasa komited untuk melaksanakan inisiatif yang tidak meminggirkan mana-mana golongan kerana kesejahteraan rakyat dan perniagaan tempatan akan sentiasa menjadi keutamaan," kata Surina Shukri, Ketua Pegawai Eksekutif MDEC.

Kempen Belanjawan 2021 Go-eCommerce Onboarding dan SMO bertujuan untuk mengurangkan kos operasi dan memastikan perniagaan memanfaatkan peluang baharu, mempercepatkan perniagaan tempatan dan berdaya tahan. Pada masa sama, matlamatnya adalah untuk meningkatkan keyakinan pengguna supaya membeli produk keluaran tempatan bagi memastikan perniagaan Malaysia tetap berdaya maju dan seterusnya dapat menyelamatkan pekerjaan.

Kedua-dua kempen itu dijadualkan bermula pada 1 Julai hingga 31 Disember 2021 yang mana manfaatnya diharapkan dapat dinikmati sekitar 300,000 perniagaan tempatan termasuk 50,000 yang kali pertama mendaftar untuk sertai kempen ini. Jumlah nilai dagangan kasar yang disasarkan melebihi RM1 bilion dan mencapai 10 juta transaksi. Selain itu, kerajaan juga

menyasarkan seramai 30,000 usahawan wanita mendapat manfaat daripada inisiatif ini untuk mendorong perniagaan mereka lebih berdaya maju.

"MDEC teguh dengan tekadnya untuk melengkapkan dan membolehkan perniagaan Malaysia menavigasi dan berkembang pada masa yang tidak menentu ini. Menerusi sokongan padu kerajaan, MDEC mempunyai misi iaitu menjadi pemangkin pertumbuhan e-dagang Malaysia serta muncul sebagai pasaran terbesar di ASEAN menjelang 2025, sejajar dengan MyDIGITAL," kata Aiza Azreen Ahmad, Ketua Bahagian Perniagaan Digital, MDEC.

Peruntukan tahun ini menyaksikan peningkatan berbanding tahun sebelumnya iaitu sebanyak RM140 juta yang menghasilkan penjualan bernilai lebih RM1.87 bilion untuk kedua-dua inisiatif di bawah Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) iaitu Kempen SMO dan Kempen E-dagang Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dan mikro. Seramai 8.2 juta pengguna berbelanja sepanjang kempen SMO yang telah memanfaatkan 202 000 perniagaan tempatan manakala Kempen E-dagang PKS dan mikro mencatatkan penyertaan sebanyak 33,000 perniagaan baharu dalam pelbagai platform e-dagang.

Sebanyak 32 rakan e-dagang akan mengambil bahagian tahun ini antaranya à la carte (revenue monster ), Beep by Storehub, Boost, Deliverat, Dhause, Dropee, eRomman, EZAssist, Fave, Food Market Hub, Foodpanda, Grab, iBeli, Instant eStore , JDMas, Jocom, Kravve, Kumoten, Lazada, Lokein, Mpay, PGMall, PrestoMall, Maybank, SenangPay, Shopee, Shopline, SiteGiant, Subplace, Touch 'N Go eWallet, Wonderfly dan Zalora.

"Berkat sokongan yang diberikan rakan kongsi dan pihak berkepentingan, kempen ini berjaya pada tahun 2020. Kerjasama awam dan swasta akan menjadi penting dan MDEC berharap agar jalinan ini akan terus diperkukuhkan untuk manfaat masa hadapan," tambah Aiza Azreen.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai inisiatif E-dagang Belanjawan 2021 Go-eCommerce Onboarding dan Shop Malaysia Online, sila layari <http://www.mdec.my/belanjawan2021>

#TAMAT#

### **Mengenai Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC)**

Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) adalah sebuah agensi di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia yang menerajui transformasi digital negara sejak 25 tahun lalu. MDEC membawa agenda Malaysia 5.0, membolehkan negara diintegrasikan dengan teknologi secara mendalam, seterusnya menyediakan peluang-peluang digital yang adil dan saksama kepada rakyat dan perniagaan.

Bagi mencapai matlamat ini, MDEC memberi tumpuan kepada empat teras DIGITAL utama iaitu Kemahiran Baharu (*New skills*), Penerimaan (*Adoption*), Pengganggu (*Disruptors*) dan Pelaburan (*Investments*). Ini membentuk asas kepada kempen jenama digital NADI MDEC yang memacu program-program terasnya untuk rakyat, perniagaan dan para pelabur. MDEC mensasarkan untuk menjadikan Malaysia sebuah negara yang berdaya saing tinggi dari segi digital di peringkat global, berpandukan inklusif, kelestarian, dan kemakmuran bersama dan menetapkan asas yang kukuh untuk Malaysia sebagai Nadi Digital ASEAN.

**#Malaysia5.0 #NadiDigital #SayaDigital #MHODA #MyMDEC**

Untuk mengetahui dengan lebih lanjut melalui inisiatif-inisiatif Ekonomi Digital MDEC, layari [www.mdec.my](http://www.mdec.my) atau ikuti kami di: Facebook: <https://www.facebook.com/MyMDEC/> Twitter: @mymdec

KENYATAAN MEDIA



**Untuk pertanyaan media, sila hubungi:**

Dashika Gnaneswaran - [dashika.gnaneswaran@mdec.com.my](mailto:dashika.gnaneswaran@mdec.com.my)

Simon Yap – [simon.yap@mdec.com.my](mailto:simon.yap@mdec.com.my)