

Siapa kata barangan buatan Malaysia tak ada kelas? Laku macam 'pisang goreng panas' di Shopee!

Jumaat, 6 Disember 2019 4:01 PM
Oleh: SHUHANIZA SAID



Kempen Beli Barangan Buatan Malaysia (KBBM) yang diterajui oleh KPDNHEP dengan kerjasama Shopee baru-baru ini mencapai kejayaan luar biasa.

SEBUT sahaja buatan Malaysia, pasti ada antara kita yang pandang rendah kualiti barangan tempatan. Ini kerana 'mindset' golongan ini yang menganggap kononnya barangan tempatan tak berkualiti atau tak setara dengan barangan buatan luar negara. Jadi tidak hairanlah mengapa ia tidak mendapat sambutan sehebat barangan import.

Sebenarnya tanggapan sedemikian sama sekali tidak benar kerana barangan tempatan sebenarnya laku keras bak 'pisang goreng panas' di Shopee.

Ia terbukti menerusi kempen Beli Barangan Buatn Malaysia (KBBM) yang diterajui oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) baru-baru ini yang mencapai kejayaan luar biasa.

Menerusi kerjasamanya dengan platform e-dagang tersebut, ia telah memperolehi jualan sejumlah RM3,106,918 sejak dilancarkan dua bulan lepas.

"Dalam tempoh 66 hari (data setakat 30 November 2019), pihak Shopee telah mempamerkan 3,500 produk buatan Malaysia daripada pelbagai kategori melalui halaman koleksi Barangan Buatn Malaysia.

"Purata pesanan harian bagi barang-barang buatan tempatan yang dijual melalui halaman koleksi ini meningkat 280 peratus kepada RM47,074.52 sehari berbanding RM12,381 sehari sebelum kami melancarkan KBBM pada platform e-dagang tersebut.

"Pada 11 November lalu ketika berlangsungnya Shopee 11.11 Big Sale sahaja, urus niaga yang melibatkan produk buatan Malaysia telah mencatat jualan berjumlah kira-kira RM500,000 dalam sehari," menurut Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Saifuddin Nasution.



Saifuddin (dua,kiri) bersama Ketua Bahagian Perniagaan Shopee Malaysia Zed Li (dua, kanan) pada pelancaran kempen Beli Barangan Buatn Malaysia alam talian bersama pengendali platform e-dagang Shopee. -foto Bernama

Menurutnya lagi, keberhasilan ini dicapai kerana kementerian sangat jelas mengenai strategi untuk memanfaatkan kerancakan urus niaga e-dagang menjelang tempoh akhir tahun.

"Apabila kami melancarkan semula KBBM pada tahun ini, matlamat utama kami adalah untuk memastikan produk tempatan sentiasa menjadi pilihan utama di kalangan pengguna. Kami percaya bahawa dengan cara itu, mereka akan mengutamakan produk Malaysia dan menjadikannya tabiat gaya hidup orang Malaysia.

"Kami juga percaya bahawa sebilangan rakyat Malaysia yang masih tidak menyokong barangan yang dihasilkan di negara ini tidak menyedari bahawa negara kita juga menghasilkan pelbagai barangan berkualiti, yang tahan lama, mampu dimiliki dan bertaraf eksport," ujarnya lagi.

Antara jenama Malaysia yang kini diiktiraf di peringkat antarabangsa termasuklah Old Town White Coffee, Munchy's, Getha, Khind dan banyak lagi.

"Inisiatif Shopee meletakkan produk buatan Malaysia sebaris dan setaraf dengan nama-nama antarabangsa telah membantu kami memperkenalkan dan mempromosikan produk buatan Malaysia dan sekali gus membuktikan bahawa strategi kami untuk bekerjasama di platform e-dagang ini telah terbukti tepat," ujarnya sambil menyeru seluruh rakyat Malaysia untuk terus menyokong kempen tersebut.

Layari halaman koleksi Buatan Malaysia di www.shopee.com/buatanmalaysia pada 12.12 Birthday Sale ini untuk mendapatkan diskaun dan baucar istimewa bagi produk buatan Malaysia kegemaran anda.

Baca lebih lanjut di <https://www.mstar.com.my/lokal/semasa/2019/12/06/barang-malaysia-laku-keras/#4EluVQqIfGtv1h32.99>

