

Sabtu, 14 September 2019 | 1:54pm



Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Saifuddin Nasution Ismail.  
- Foto Nurul Syazana Rose Razman

## Kerajaan komited promosi barangan buatan Malaysia

Oleh Shamsul Kamal Amarudin  
shaka@nstp.com.my

**BIDOR:** Kerajaan kekal dengan dasar mempergiat kempen Beli Barangan Buatan Malaysia bukan sahaja di pasaran tempatan malah luar negara.

Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Saifuddin Nasution Ismail, berkata ia kerana beberapa inisiatif yang dilakukan melalui kempen itu didapati sudah membuahkan hasil yang memberi manfaat kepada semua pengusaha dan peniaga tempatan.

Katanya, walaupun terdapat kempen 'beli barangan muslim dulu' #BMF, kerajaan kekal fokus untuk mempromosi semua produk dihasilkan rakyat tempatan tanpa mengira latar belakang kaum atau agama pengusaha terbabit.

"Bila disebut buatan Malaysia, siapa yang buat? Tidak kira sama ada Cina, Melayu, India, Kadazan atau Iban dan lain-lain, asal buatan Malaysia ikut tafsiran, mereka itu layak dipromosikan," katanya.

Beliau bercakap pada sidang media selepas merasmikan program penanaman pokok Persahabatan Malaysia-Jepun sempena Ulang Tahun Ke-35 AEON di Stesen Institut Penyelidikan Perhutanan Malaysia (FRIM) Bidor di sini, hari ini.

Yang turut hadir, Timbalan Menteri Air, Tanah dan Sumber Asli, Tengku Zulpuri Shah Raja Puji; Ketua Pengarah FRIM, Datuk Dr Abd Latif Mohmod; Pengerusi AEON Co (M) Bhd, Datuk Iskandar Sarudin; Pegawai Eksekutif AEON ASEAN, Yasuo Nishitohge dan Pengarah Urusan AEON Co (M) Bhd, Shinobu Washizawa.

Saifuddin berkata, jika dinilai semula daripada aspek perniagaan dan perdagangan, kementerian itu berpendapat perlu dikekalkan rentak kempen pembelian barangan buatan Malaysia sedia ada.

"Ia kerana di situ bila ia (kempen) berjaya, maka semua kaum akan berjaya...saya optimis kita mampu untuk menjayakan kempen ini," katanya.

Beliau berkata, antara inisiatif dilakukan ialah menerusi pameran dan pesta jualan yang dilakukan secara berkala di seluruh negara.

Selain itu, katanya, promosi untuk memperkenalkan produk tempatan di seluruh dunia dilakukan, antaranya menerusi penyertaan Festival Halal yang akan dihadiri beliau di Sarajevo, Bosnia, bermula 22 September ini; menyertai Minggu Halal Afrika di Capetown, Afrika Selatan, minggu depan; serta pameran francais di Jakarta, Indonesia yang sedang berlangsung sekarang.

Saifuddin berkata, usaha juga dilakukan menerusi kolaborasi dengan syarikat AirAsia termasuk menerusi platform e-dagang dan pembelian barangan atau makanan dalam pesawat.

Katanya, kerjasama mempromosi produk tempatan turut dilakukan dengan kerjasama syarikat e-dagang popular seperti Shopee dan Lazada.

"Kita juga ada dasar bagi membolehkan pasar raya besar dan terkemuka mempamerkan sehingga 30 peratus produk tempatan dalam premis mereka.

"Sehingga kini, ada yang sudah mencapai 20 peratus, ada 18 peratus dan pasar raya ini beri dokongan terhadap kempen beli barangan buatan Malaysia ini," katanya.