

14 produk PKS baharu di Tesco

MOHD ADZLIM ZAINURY || 1 Februari 2020



Chuah (kiri) mengiringi Saifuddin (dua dari kanan) melawat tapak pameran selepas pelancaran kempen BBBM bersama Tesco di Tesco Extra Kajang kelmarin. - Foto Zahid Izzani

KAJANG - Tesco Stores (Malaysia) Sdn Bhd (Tesco) memperkenalkan 14 perusahaan kecil dan sederhana (PKS) tempatan ke dalam rangkaian runcitannya, sebagai sebahagian daripada kempen Beli Barangan Buatan Malaysia bersama Tesco (BBBM bersama Tesco).

Penambahan 14 PKS merangkumi kategori kuih-muih manis, pes masakan dan produk kesihatan serta kecantikan adalah bukti kepercayaan tegar Tesco bahawa produk tempatan mempunyai nilai dan kualiti sama dengan jenama antarabangsa.

Pengarah Produk Tesco, Kenneth Chuah berkata, Tesco bermula dengan cawangan pertama di Malaysia pada tahun 2002 dan sejak itu berkembang sehingga 60 cawangan di seluruh negara.

"Kami juga mempunyai penghantaran atas talian sendiri iaitu Tesco Online di samping bekerjasama dengan platform-platform e-dagang lain seperti Lazada, Shopee dan PrestoMall yang membolehkan kami berkhidmat untuk jutaan pelanggan di negara ini," katanya.

Beliau berkata demikian pada pelancaran kempen BBBM bersama Tesco oleh Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Saifuddin Nasution Ismail di Tesco Extra Kajang di sini kelmarin.



Saifuddin (tengah) bersama penerima sijil PKS pada pelancaran kempen BBBM bersama Tesco di Tesco Extra Kajang kelmarin. - Foto Zahid Izzani

Kenneth berkata, kisah kejayaan Tesco bukan milik mereka sendiri sebaliknya bergantung kepada rakan kongsi dan pembekal baik besar mahupun kecil untuk mengembangkan perniagaan sekali gus meraih lebih ramai pelanggan.

"Semua 14 PKS baharu yang kami perkenalkan melalui pelbagai ujian dan membuktikan bahawa mereka berdiri setara berdasarkan nilai, kualiti dan penghantaran apabila dibandingkan dengan syarikat multinasional," katanya.

BBBM bersama Tesco adalah kolaboratif syarikat terbabit bersama Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP).

Kempen BBBM KPDNHEP yang dijalankan sekian lama bertujuan membantu merangsangkan pertumbuhan ekonomi domestik dan meningkatkan kesedaran orang ramai tentang kebaikan kualiti produk buatan tempatan.

Menurutnya, Tesco juga menghias 100 trak Tesco Online dengan logo kempen BBBM yang diluluskan KPDNHEP untuk membawa lebih banyak kesedaran kepada orang ramai.

Katanya, hasil Kajian Separuh Jangka Rancangan Malaysia ke-11 2016-2020 menunjukkan, PKS berperanan penting dalam ekonomi Malaysia kerana segmen itu merangkumi 98.5 peratus daripada keseluruhan penubuhan perniagaan.

"Kerajaan Malaysia juga menyasarkan meningkatkan sumbangan PKS kepada Keluaran Dalam Negara Kasar negara daripada 37.1 peratus pada tahun 2017 kepada 41 peratus tahun ini.

"Sebagai rakyat Malaysia, saya berbangga untuk mengatakan bahawa Tesco sememangnya penyokong besar PKS dan produk jenama tempatan," katanya.



Kenneth Chuah - Foto Zahid Izzani

Kenneth berkata, kira-kira 80 peratus daripada produk kami sendiri, produk berjenama Tesco adalah dihasilkan PKS Malaysia.

"Kami juga mengeksport produk berjenama Tesco ke Singapura, Hong Kong, Emiriah Arab Bersatu, Pakistan, Arab Saudi dan Bahrain sejak tahun 2018.

"Ia menunjukkan terdapat permintaan produk Malaysia yang berkualiti tinggi di peringkat antarabangsa," katanya.

Menurutnya rangkaian produk bayi Tesco iaitu Fred & Flo (dahulu dikenali sebagai Tesco Loves Baby), direka bentuk untuk memenuhi piawaian dari United Kingdom di samping dihasilkan di Malaysia untuk memastikan harga jualan yang berpatutan.

Katanya, lampin Fred & Flo kini laris dijual di cawangan Tesco, platform e-dagang dan dieksport ke negara-negara jiran.

Sementara itu, NFA Technologies Sdn Bhd yang memberikan tumpuan kepada penyelidikan, pengeluaran dan pemasaran ubat gigi semula jadi dan herba semula jadi seperti polifenol, koko, ulas dan minyak zaitun adalah antara 14 PKS baharu diperkenalkan di Tesco.

Pengarah Urusannya, Noormawarni Nordin berkata, syarikat itu amat teruja untuk menjual produk Mismis Natural Halal Care Oral Care di syarikat runcitan besar seperti Tesco.

"Kami bersyukur apabila Tesco meletakkan kepercayaan kepada jenama tempatan dan kami berharap untuk mengembangkan lagi jangkauan jenama kepada jutaan pelanggan Tesco," katanya.

Pengeluar sambal pes siap sedia, Samza Food Industries Sdn Bhd turut memperkenalkan pelbagai keaslian masakan tradisional produk mereka kepada pelanggan Tesco.

Samza Food Industries yang ditubuhkan pada tahun 2015 memperoleh sijil daripada Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim) dan Makanan Selamat Tanggungjawab Industri (MeSTI) di bawah Kementerian Kesihatan Malaysia.

Pengarah Eksekutifnya, Norhazlina Sajali berkata, syarikatnya sangat teruja untuk memperkenalkan produk-produk dihasilkan terutamanya pes sambal garing bilis dan pes serunding halia yang kini boleh didapati di semua cawangan Tesco.

“Selain rasa yang lazat, produk Samza juga mempunyai pembungkusan yang mudah untuk membolehkan pelanggan membawa produk masa ke mana-mana saja, termasuklah ketika melancong,” katanya.

Orang ramai dijemput menikmati tawaran hebat 14 PKS baharu Tesco bermula 30 Januari hingga 2 Februari ini di Tesco Extra Kajang.

Produk 14 PKS itu juga dijual di 60 cawangan Tesco seluruh Malaysia.

