

## KBBM rangsang pertumbuhan ekonomi domestik

TUAN BUQHAIRAH TUAN MUHAMAD ADNAN || 13 November 2019



KBBM bukan sekadar kempen tetapi membantu pengusaha tempatan terutama PKS memasarkan produk dan perkhidmatan mereka. FOTO: ROSLI TALIB

AA

**PUTRAJAYA** - Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM) mampu merangsang pertumbuhan ekonomi domestik.

Pengarah Bahagian Pembangunan Perniagaan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP), Ismainur Hadi Amat Bakeron berkata, langkah itu bertepatan untuk mengimbangi cabaran dan tekanan globalisasi ekonomi semasa.

Menurutnya, produk tempatan tersepit antara gergasi ekonomi Barat dan China.

"Dengan China sebagai rakan dagang utama, dapatlah diandaikan bahawa teras utama tawaran barangan adalah berpaksikan harga yang rendah, sedangkan negara maju seperti United Kingdom dan Amerika Syarikat berteraskan kualiti serta prestij sesuatu produk," katanya.



Ismainur Hadi berkata, KBBM bukan sekadar kempen tetapi membantu pengusaha tempatan terutama Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) memasarkan produk dan perkhidmatan mereka, sekali gus menyumbang kepada peningkatan peratusan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) menjelang 2020.

"Bagi memastikan KBBM memberi impak yang tinggi, KPDNHEP melaksanakan beberapa inisiatif, antaranya kedudukan produk-produk PKS dalam sektor peruncitan.

"Kementerian berhasrat membantu dan menyokong produk tempatan untuk disenaraikan di pasar raya besar, kedai serbaneka dan lain-lain melalui penajaan pengecualian yuran penyertaan, promosi serta publisiti, selain sewaan ruang dan rak jualan," katanya.

Selain itu, beliau berkata, usahawan tempatan turut dibawa meneroka pasaran antarabangsa menerusi ekspo dagangan.



**ISMAINUR HADI. FOTO: ROSLI TALIB**

"Setiap kali ada ekspo perdagangan antarabangsa, kementerian akan membawa usahawan tempatan untuk mereka meneroka pasaran asing.

"Ada antara mereka yang telah berjaya sehingga membuka operasi di negara Timur Tengah," katanya.

Menurutnya, sambutan masyarakat dunia terhadap produk Malaysia amat memberangsangkan.

"Sekiranya pihak luar mengagumi kehebatan produk tempatan, kenapa kita tidak boleh menunjukkan sokongan dengan melakukan pembelian?" katanya.

#### **KPDNHEP manfaat kelebihan e-dagang**

SELARAS dengan perkembangan teknologi, Ismainur Hadi berkata, KPDNHEP tidak ketinggalan memanfaatkan kelebihan ekosistem ekonomi digital (e-dagang).

"Pihak kami telah bekerjasama dengan beberapa pengendali market place gergasi untuk menempatkan produk tempatan di pasaran atas talian," katanya.



Menurutnya, dengan kerjasama tersebut, jualan produk tempatan telah meningkat lebih 100 peratus di market place tersebut.

"Ia menunjukkan kami bersedia membantu usahawan tempatan dengan menyediakan pelbagai inisiatif dan menggerakkan KBBM," katanya.

Terdapat 10 kategori produk barangan Malaysia iaitu makanan dan minuman, pakaian dan aksesori, perabot dan kelengkapan rumah, barangan elektrik dan komputer, kosmetik dan makanan kesihatan, pelancongan, kraftangan, telco, perbankan dan insurans serta automatif.

Kempen Beli Barangan Buatan Malaysia telah dilancarkan sejak 35 tahun lalu bagi memupuk semangat patriotisme.

Selaras dengan persaingan ekonomi globalisasi, KPDNHEP menjenamakan semula dengan memperkenalkan KBBM dan tanda pagar #barangbaikbarangkita.

**Artikel Penuh : <https://www.sinarharian.com.my/article/56975/BERITA/Nasional/KBBM-rangsang-pertumbuhan-ekonomi-domestik>**

© 2018 Hakcipta Terpelihara Kumpulan Karang kraf

