



KENYATAAN MEDIA

KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI
DAN KOS SARA HIDUP

No. 13 Persiaran Perdana, Presint 2,
62623 Putrajaya

No. Telefon : 03-8882 5562

No. Fax : 03-8882 5569

MAJLIS PELANCARAN KEMPEN BELI BARANGAN MALAYSIA DAN KERJASAMA MENGEKSPORT PRODUK MALAYSIA KE LUAR NEGARA BERSAMA PASAR RAYA LULU MALAYSIA 2023

KUALA LUMPUR, 7 DISEMBER 2023 – Yang Berhormat Senator Puan Hajah Fuziah binti Salleh, Timbalan Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Kos Sara Hidup telah merasmikan **Majlis Pelancaran Kempen Beli Barangan Malaysia dan Kerjasama Mengeksport Produk Malaysia ke Luar Negara Bersama Pasar Raya LuLu Malaysia 2023** yang diadakan di **LuLu Hypermarket & Department Store Capsquare, Kuala Lumpur**.

2. **Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM)** menerusi **Pemeriksaan Produk Tempatan Menerusi Industri Peruncitan Tempatan** adalah merupakan sebuah inisiatif yang telah diperkenalkan dan dilaksanakan oleh **Kementerian Perdagangan dalam Negeri dan Kos Sara Hidup (KPDN)**. Kempen ini adalah bertujuan untuk memperkukuhkan perbelanjaan domestik dengan menggalakkan pengguna di Malaysia untuk membeli barangan tempatan selain untuk menggalakkan rakyat Malaysia untuk berbelanja dengan mengutamakan barangan buatan Malaysia.

3. Kempen ini boleh dilihat dalam pelbagai bentuk pelaksanaan yang merangkumi penganjuran karnival dan ekspo jualan bertemakan pembelian barangan tempatan, pengiklanan promosi melalui media seperti media cetak, media elektronik, media digital dan *marketplace* serta bantuan penyenaian masuk atau penembusan produk-produk tempatan dengan lebih banyak di pusat-pusat membeli-belah, pasar raya, hypermarket serta kedai-kedai serbaneka di Malaysia mahupun pasar raya luar negara. Salah satu contoh terdekat adalah di Pasar Raya LuLu Malaysia telah membawa sebahagian produk tempatan ke Pasar Raya LuLu Luar Negara terutamanya negara-negara timur tengah.

4. Justeru, keputusan kerajaan untuk memperkasakan **KBBM** dan memperkenalkan **Inisiatif Pemerkasaan Produk Tempatan Menerusi Industri Peruncitan Tempatan** dengan salah satu kriteria yang ditetapkan adalah untuk **mengeksport produk Malaysia ke luar negara** bagi tahun ini adalah sangat tepat untuk mengimbangkan cabaran ekonomi semasa khususnya bagi merencanakan dan merangsangkan pertumbuhan ekonomi tempatan. Antara strategi dan kaedah yang paling berkesan adalah melalui penganjuran promosi jualan dan promosi barangan buatan tempatan secara terus kepada pengguna yang dapat meningkatkan kesedaran para pengguna tentang kewujudan produk tempatan dan menggalakkan pembeliannya.

5. **Bagi Inisiatif Pemerkasaan Produk Tempatan Menerusi Industri Peruncitan Tempatan**, ianya merupakan sebuah kerjasama antara pihak **Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Kos Sara Hidup (KPDN) bersama Pasar Raya LuLu Malaysia** sejak ianya beroperasi pada tahun 2016. Program ini memfokuskan mengeksport produk tempatan Malaysia ke Pasar Raya LuLu di luar negara. Konsep ini secara tidak langsung memberikan peluang kepada syarikat tempatan untuk merencanakan jualan produk mereka bukan di pasar raya di dalam negara malah boleh menembus ke pasaran luar negara.

6. LuLu Group International, nama yang tidak asing lagi di pasaran Timur Tengah, Asia Timur dan India melalui 250 rangkaian terkemuka Pasar Raya LuLu dan LuLu Shopping Mall. Dengan perolehan tahunan global sebanyak USD7.4 bilion, Pasar Raya LuLu kini telah bertapak di 23 buah negara di seluruh dunia termasuk Malaysia. LuLu Group International juga mempunyai sumber peruncitan dan pangkalan pembuatan yang terletak di Asia Timur, Eropah, Afrika, Asia dan Amerika Syarikat. LuLu Group International memasuki pasaran Malaysia dengan pembukaan LuLu Hypermarket di Kuala Lumpur pada tahun 2016, dan kini telah mempunyai 5 cawangan kegemaran ramai di lokasi yang berbeza di seluruh Malaysia.

7. Pada hari ini juga, pihak LuLu memberi penganugerahan **kepada tiga (3) Syarikat Tempatan Terbaik dan tiga (3) Syarikat Malaysia Mengeksport Terbaik bagi tahun 2023 yang telah cemerlang dalam prestasi penjualan produk di dalam negara mahupun di luar negara**, dimana ini menunjukkan produk tempatan mampu bersaing dan menembusi pasaran luar negara dengan

kerjasama pasar raya-pasar raya antarabangsa sebagaimana telah dijalankan oleh pihak Pasar Raya LuLu.

8. Dengan inisiatif kerjasama ini, anggaran sebanyak **enam ratus (600) produk tempatan telah berjaya mencatat jualan tiga (3) Juta unit produk dijual setakat pada November 2023 daripada hampir 80 Syarikat Tempatan (Malaysia) dengan dieksport produk tempatan ke pasar raya LuLu luar negara di tujuh (7) buah negara.** Antaranya Pasar Raya LuLu Negara Arab Bersatu (UAE), Arab Saudi, Oman, Qatar, Kuwait, Bahrain dan India.

9. Bagi penerima **Anugerah Syarikat Tempatan (Malaysia) Mengeksport Terbaik tahun 2023 telah berjaya membuat jualan 1 juta unit produk bersamaan hampir 7.7 juta (Ringgit Malaysia)** secara keseluruhan bersama Pasar Raya LuLu Luar Negara. Antara penerima anugerah ialah syarikat **Kawan Food Manufacturing Sdn. Bhd., Syarikat Sydney Cake House Sdn. Bhd. dan Syarikat Carepro Marketing Sdn. Bhd.**

10. Manakala Bagi **Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM)**, sebanyak **1420 produk tempatan telah berjaya dipromosikan di Pasar Raya LuLu dalam negara daripada 127 Syarikat Tempatan (Malaysia) terutamanya Syarikat dan Pengusaha Industri Kecil dan Sederhana (IKS)** sejak kempen ini bermula pada 1 Julai 2023 dan akan diteruskan hingga 31 Disember pada tahun ini. **Antara penerima anugerah Syarikat Tempatan (Malaysia) Terbaik bagi tahun 2023 ialah Syarikat Fatihah Frozen Sdn. Bhd., Syarikat Afy Haniff Bena & Bekal dan Syarikat Hang Tuah Sdn Bhd**

11. Secara rumusannya, **Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM)** yang telah dijalankan ditambah pula dengan inisiatif kerjasama mengeksport produk malaysia ke luar negara ini sememangnya sangat membantu dalam meningkatkan jumlah permintaan terhadap barangan tempatan di dalam negara mahupun di luar negara. Tambahan pula kerjasama dengan pasar raya antarabangsa seperti Pasar Raya LuLu Malaysia sangat membantu dan mengalakkan produk tempatan (Malaysia) menembusi pasaran luar negara di tujuh (7) buah negara.

12. Untuk makluman, antara rakan strategik yang bersama-sama memberi sokongan kepada **KBBM 2023** melalui inisiatif pemerkasaan produk tempatan di dalam industri peruncitan tempatan ialah **Lotus's Store, Mydin, 99 Speedmart,**

Bataras, Econsave, Giant, KK Mart, Hero Market, TF Value, The Store, Tunas Manja, Petronas Mesra, Shell Select, Mr. Diy, dan Sabasun Hyperruncit. Manakala pemerksaan produk tempatan melalui platfrom dalam talian ialah **Shopee, Lazada dan PG Mall.** Seterusnya, **KBBM 2023** juga mendapat sokongan dari **Animonsta Studios Sdn Bhd dan Warnakala Studios Sdn Bhd** melalui kolaborasi khas media animasi digital. Akhir sekali, jualan bertema berdasarkan segmen khusus melalui **Malaysia Bumiputera Designer Association dan Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia.**

**YB SENATOR PUAN HAJAH FUZIAH BINTI SALLEH,
TIMBALAN MENTERI PERDAGANGAN DALAM NEGERI
DAN KOS SARA HIDUP,
KUALA LUMPUR, 7 DISEMBER 2023.**

###

LATAR BELAKANG

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Kos Sara Hidup (KPDN) telah ditubuhkan pada 27 Oktober 1990. Matlamat penubuhan Kementerian adalah untuk menggalakkan pembangunan perdagangan dalam Negeri yang berdaya maju, berdaya saing, dan berdaya mampan, khususnya di dalam sektor perdagangan pengedaran.

Sektor perdagangan pengedaran adalah antara penyumbang utama KDNK negara dan ia bertindak sebagai benteng kestabilan ekonomi, terutama semasa situasi ekonomi luaran berada di dalam keadaan ketidakpastian. Perdagangan pengedaran perlu kukuh bagi menampai sebarang ketidakstabilan dalam ekonomi negara.

Dalam masa yang sama, Kementerian juga komited dalam melindungi kepentingan dan hak-hak pengguna. Ini termasuk membangunkan ekosistem pengguna dan peniaga yang bersifat melengkap dan ke arah *self-regulated*, seiring dengan aspirasi ke arah masyarakat negara maju. Ia diharapkan akan melahirkan pengguna dan peniaga yang matang dan beretika dalam mengurusniaga, dan hasilnya adalah negara yang seimbang dari segi ekonomi dan sosial.

Agensi di bawah KPDN:

