



KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI  
DAN HAL EHWAL PENGGUNA

---

## **KERATAN AKHBAR DAN MEDIA ONLINE UNTUK MAKLUMAN :**

**Y.B. MENTERI  
Y.B. TIMBALAN MENTERI  
Y.BHG. KSU  
Y.BHG. TKSU (PDN)  
Y.BHG. TKSU (PUP)  
SETIAUSAHA AKHBAR**

---

**15 NOVEMBER 2021 (ISNIN)**



KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI  
DAN HAL EHWAH PENGGUNA

---

# **KERATAN AKHBAR DAN MEDIA ONLINE (KPDNHEP)**

---

**15 NOVEMBER 2021 (ISNIN)**



# Kempen Beli Barang Malaysia sasar jualan RM3.38b

Inisiatif KPDNHEP bantu peniaga pasarkan produk, terus berdaya saing

Oleh Hamzah Osman  
bhnews@bh.com.my

**Langkawi:** Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) menyasarkan jualan sempena Kempen Beli Barang Malaysia (KBBM) di seluruh negara, mampu mencapai sehingga RM3.38 billion, tahun ini.

Timbalan Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Rosol Wahid, berkata angka itu berdasarkan unjuran 2.5 peratus peningkatan berbanding nilai jualan keseluruhan RM3.3 billion tahun lalu.

"Pada 2019, pelaksanaan KBBM mencatatkan nilai jualan sebanyak RM2.87 billion dan RM6.84 juta diperoleh menerusi jualan dalam talian atau marketplace.

"Nilai jualan meningkat kepada RM3.3 billion tahun lalu dengan jualan dalam talian berjumlah RM145 juta. Kita jangka jualan akan terus meningkat tahun ini hasil sambutan orang ramai yang amat menggalakkan," katanya.



Pegawai Pemantau Harga Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Perlis, Besah Abdul Hamid memperkenalkan gergantung mempromosi aplikasi "Price Catcher" di Dataran Chemang, Langkawi.

Yang turut hadir, Speaker Dewan Undangan Negeri (DUN) Kadah, Datuk Juhari Bulat; Pengurus Jawatankuasa Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Kedah, Wan Romani Wan Salim dan Ketua Setiausaha KPDNHEP, Datuk Seri Hasnol Zam Zam Ahmad.

Rosol berkata, KBBM akan terus diperkasa pada tahun depan, selepas kerajaan memberi sokongan dengan memperuntukkan RM20 juta dalam Bajet 2022 untuk pembangunan perusahaan mikro, kecil dan sederhana (PMKS).

KBBM adalah sebuah inisiatif kerajaan membantu PMKS tempatan, khususnya untuk mem-



Pelbagai barang ditawarkan sempena KBBM Peringkat Kebangsaan 2021.  
(Foto BERNAMA)



Beliau berkata demikian selepas merasmikan Karnival Jualan Kempen Beli Barang Malaysia Peringkat Kebangsaan 2021 di Dataran Chemang, di sini.



Mohd Bakhiar menunjukkan produk di geraiya sempena Karnival Beli Barang Malaysia Peringkat Kebangsaan 2021.



Peniaga menunjukkan pelbagai barang yang dijual kepada pengunjung.

perkenan dan memasarkan barangan buatan tempatan kepada orang ramai.

"Menerusi kempen ini, KPDNHEP menggalakkan rakyat Malaysia mengutamakan pembelian barangan buatan tempatan ketika berbelanja," katanya.

Beliau berkata, KBBM dimulakan sejak 1984 dan mengalami penambahbaikan dari semasa ke semasa, dengan pembabitan lebih banyak rakan kerjasama strategik daripada sektor peruncitan.

Antaranya, AEON, AEON Big, Giant, Mydin, 99 Speedmart, The

Store, Hero Supermarket, KK Supermart, Eco-Shop, Lotus Store, Econsave, Lulu Group, TF Value-Mart, Bataras, PETRONAS dan Shell.

Pada masa sama, beliau berkata, syarikat daripada jualan dalam talian seperti Shopee, Lazada dan PG-Mall turut sama melaksanakan KBBM melalui platform masing-masing.

KBBM bertemakan 'Beli Barang Malaysia' berlangsung empat hari bermula Khamis lalu, disertai 20 usahawan mikro, kecil dan sekerahan sekitar Zon Utara.

Rata-rata usahawan berhadapan situasi sukar kerana mengalami sifar pendapatan berikutan tiada pembeli kira-kira setahun setengah akibat COVID-19. Karnival ini memberi peluang kami mengetengahkan produk dan menjana pendapatan.

**Mohadzir Md Isa,**  
Pemilik syarikat  
Two Pai Craft

KBBM menjadi batu loncatan kami mengembangkan pasaran dan menjalin kerjasama dengan lebih ramai usahawan. Fokus utama kami di karnival ini adalah untuk memperkenalkan produk.

**Norhaslinda Hamdan,**  
Pengurus  
Pembangunan  
Perniagaan  
Suhan Biotechs

Karnival ini memberi peluang kepada saya untuk memperkenalkan produk saya kepada pasaran yang lebih luas. Ini adalah karnival jualan pertama yang saya serta. Alhamdulillah, sambutan diterima amat baik.

**Naimah Matzeri,**  
Pengusaha coklat

## Platform terbaik bantu usahawan bina jaringan, perkenal perniagaan

Karnival Jualan Kempen Beli Barang Malaysia (KBBM) Peringkat Kebangsaan 2021 berjaya membantu usahawan membina jaringan perniagaan, sekali gus menjana pendapatan.

"Antara produk Nureys yang kami bawa pada karnival ini adalah laksa, bihun, bawang goreng, kerisik botol, sambal pecal, sambal rojak, kuah sate dan otak udang," katanya.

Beliau berkata, menerusi KBBM, produk syarikatnya akan bertapak di Langkawi dalam tempoh terdekat.

Usahawan coklat buatan tangan, Naimah Matzeri, dari Kampung Temonyong, Langkawi, bersyukur kerana dipilih menyertai KBBM yang jujung kali diadakan di pulau legenda itu.

"Saya mula berjinak menghasilkan produk coklat buatan tangan secara suka-suka kira-kira setahun lalu sebelum serius memasarkan coklat Jenama Minachor dan Minamooq Kitchen, sejak enam bulan lalu.

"Ini adalah karnival jualan pertama yang saya serta dan Alhamdulillah, sambutan diterima baik dan jenama dua coklat saya semakin dikenali ramai," katanya.

Mohadzir Md Isa, pemilik syarikat Two Pai Craft, yang mengusahakan produk kraf berdasarkan kayu dan tempurung kelapa turut memuji usaha KPDNHEP mengangurkan karnival jualan dalam usaha membantu usahawan menjana pendapatan.



Zuliza Zainon daripada Mahsuri Gold menunjukkan produk yang dijual di geraiya sempena Karnival Jualan Kempen Beli Barang Malaysia.



ROSOL (kanan) meninjau gerai pameran selepas merasmikan KBBM Peringkat Kebangsaan 2021 di Dataran Chenang, Langkawi. — Gambar NSTP/HAMZAH OSMAN

## SAMBUTAN LUAR BIASA

Kempen Beli Barang Malaysia sasaran jualan RM3.38 bilion tahun ini



Oleh Hamzah Osman  
am@hmetro.com.my

Langkawi

**K**ementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) menyasarkan jualan sempena Kempen Beli Barang Malaysia (KBBM) di seluruh negara mampu mencapai sehingga RM3.38 bilion tahun ini.

Timbalan Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Datuk

Rosol Wahid berkata, angka itu berdasarkan unjuran 2.5 peratus peningkatan berbanding nilai jualan kesuruhan tahun lalu iaitu RM3.3 billion.

"Pada tahun 2019, pelaksanaan KBBM mencatatkan nilai jualan sebanyak RM2.87 bilion dan RM6.84 juta diperoleh menerusi jualan dalam talian atau marketplace."

"Jumlahnya meningkat kepada RM3.3 billion dengan nilai jualan dalam talian berjumlah RM145 juta tahun lalu dan kita jangka jualan akan terus meningkat tahun ini hasil sambutan menggalakkan orang ramai," katanya.

Terdahulu, beliau hadir merasmikan Karnival Jualan Kempen Beli Barang Malaysia (KBBM) Peringkat Kebangsaan 2021 di Dataran

Chenang di sini.

Turut hadir Speaker Dewan Undangan Negeri (Dun) Kedah Datuk Juhari Bulat, Pengurus Jawatankuasa Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna negeri Wan Romani Wan Salim dan Ketua Setiausaha KPDNHEP Datuk Seri Hasnol Zam Zam Ahmad.

Rosol berkata, KBBM akan terus diperkasa tahun hadapan selepas kerajaan memberi sokongan dengan memperuntukkan RM200 juta dalam Bajet 2022 untuk pembangunan Perusahaan Mikro, Kecil dan Sederhana (PMKS).

"KBBM adalah sebahagian inisiatif kerajaan membantu PMKS tempatan, khususnya usaha memperkenalkan dan memasarkan barang buatan tempatan kepada orang

ramai. "Menerusi kempen ini, KPDNHEP menggalakkan rakyat Malaysia mengatakan pembelian barang buatan tempatan ketika berbelanja," katanya.

Beliau berkata, KBBM dimulakan sejak tahun 1984 dan mengalami penambahan dari semasa ke semasa sehingga menjadi sinonim kepada KPDNHEP.

"Seiring dengan konsep Keluarga Malaysia diperkenalkan Perdana Menteri, kita meminta rakyat terus menyokong inisiatif ini untuk membantu negara bangkit daripada impak pandemik Covid-19 sebelum ini."

"Kempen ini semakin berkembang dengan pembabitan lebih banyak rakan kerjasama strategik dari pada sektor peruncitan," katanya.

Antara syarikat yang menyokong inisiatif ini termasuk AEON, AEON Big, Giant, Mydin, 99 Speedmart, The

### • INFO

• Syarikat daripada jualan dalam talian termasuk Shopee, LAZADA dan PGMAIL turut sama melaksanakan KBBM melalui platform masing-masing

Store, Hero Supermarket, KK Supermart, Eco-Shop, Lotus Store, Econave, Lulu Group, TF Value-Mart, Batatas, Petronas dan Shell.

Pada masa sama, beliau berkata, syarikat daripada jualan dalam talian termasuk Shopee, LAZADA dan PGMAIL turut sama melaksanakan KBBM melalui platform masing-masing.

KBBM bertemakan 'Beli Barang Malaysia' berlangsung empat hari bermula Khamis lalu, disertai seramai 100 usahawan mikro, kecil dan sederhana sekitar Zon Utara.

**Langkawi:** Karnival Jualan Kempen Beli Barang Malaysia (KBBM) Peringkat Kebangsaan 2021 berjaya membantu usahawan membangun jaringan perniagaan, sekali gus menjana pendapatan mereka.

Rata-rata peserta pameran ditemui berpuas hati dan terpuas sepanggaran empat hari bermula Khamis lalu, anjuran Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) di Dataran Chenang di sini.

Pengurus Pembangunan Perniagaan Suhar Biotechs, Norhsilinda Hamdan yang mengusahakan produk bersaskan durian belanda berkata, KBBM batu loncatan syarikatnya mengembangkan pasaran.

"Kami datang ke sini bersama tiga produk dengan dua daripadanya untuk pembangunan kesihatan selain jus minuman yang kesemuanya berdasarkan 100 peratus daripada durian belanda."

"Fokus utama kami di karinal ini adalah untuk memperkenalkan produk, sekali gus mendapatkan lebih ramai usahawan baharu yang mahu berniaga bersama," katanya ketika ditemui di gerai pamerannya.

**KBBM adalah sebahagian inisiatif kerajaan membantu PMKS**

Rosol



NORHASLINTA (dua dari kiri) menunjukkan produk berasaskan durian belanda di gerai pamerannya.



MOHD Bakhiar bersama sebahagian produk berjensama Nureys.



ORANG ramai yang hadir mengunjungi gerai pameran pada KBBM Peringkat Kebangsaan 2021 di Dataran Chenang.



MAHADZIR menunjukkan produk yang dihasilkannya.

## KBBM bantu usahawan bina jaringan perniagaan

Wakil syarikat Nuri Enterprises, Mohd Bakhiar Bustamam yang terbabit dalam pembuatan dan pengedaran makanan berjensama Nureys pula berkata, dia teruja setelah Karnival itu mendapat sambutan ramai.

"Selain membeli produk yang kami jual, ada juga pengunjung yang berminat membina jaringan perniagaan bersama syarikat kami yang memasarkan produk makana.

"Antara produk Nureys yang kami bawa pada karnival ini termasuk laksa, bihun, bangw goreng, kerisik botol, sambal pecal, sambal rojak, kuah sate dan otak udang," katanya.

Beliau berkata, menerusi KBBM, produk syarikatnya diyakini akan mula bertapak di Langkawi dalam tempoh terdekat, pada masa sama memberi ruang kepada para bertukar pendapat dengan usahawan dari serata tempat.

Usahawan coklat buatan tangan, Naimah Matzeri dari Kampung Temonyong, Langkawi pula bersyukur kerana dipilih menyertai KBBM yang julung kali diadakan di pulau legenda itu. "Saya mula berjinak menghasilkan produk coklat buatan tangan secara suka-suka kira-kira setahun lalu sebelum serius memasarkan coklat jenama MINACHOC dan MINAMOOQ KITCHEN sejak enam bulan lalu.

"Ini adalah karnival jualan pertama yang saya serta dan Alhamdulillah sambutan diterima baik dan jenama dua coklat saya semakin dikenali ramai," katanya.

Mahadzir Md Isa, pemilik syarikat Two Pai Craft yang mengusahakan produk kraf berdasarkan kayu dan temputing kelapa turut memuji usaha KPDNHEP mengajukan kar-

nival jualan dalam usaha membantu usahawan.

"Rata-rata usahawan berhadapan situasi sukar kerana mengalami sifar pendapatan selepas dihimpit tiada pembeli dari kalangan pelancong kira-kira setahun setengah akibat pandemik Covid-19.

"Penganjuran karnival ini pasti menggembirakan kerana memberi peluang kami mengetahui produk dan menjualnya kepada pengunjung untuk menjana pendapatan," katanya.

"Saya mula berjinak menghasilkan produk coklat buatan tangan secara suka-suka kira-kira setahun lalu sebelum serius memasarkan coklat jenama MINACHOC dan MINAMOOQ KITCHEN sejak enam bulan lalu.

"Ini adalah karnival jualan pertama yang saya serta dan Alhamdulillah sambutan diterima baik dan jenama dua coklat saya semakin dikenali ramai," katanya.

Mahadzir Md Isa, pemilik syarikat Two Pai Craft yang mengusahakan produk kraf berdasarkan kayu dan temputing kelapa turut memuji usaha KPDNHEP mengajukan kar-

## Rata-rata pengunjung sambut baik penganjuran

**Langkawi:** Pengunjung Karnival Jualan Kempen Beli Barang Malaysia (KBBM) Peringkat Kebangsaan 2021 di sini berharap program berkenaan dapat diadakan secara lebih kerap kerana berpeluang membeli pelbagai barang pada harga berpututan.

Pengunjung Zaidatul Asma Kamarudin, 26, dari Sungkai, Perak berkata, dia teruja apabila mendapat tahta penganjuran program itu menerusi perkongsian rakan di media sosial.

"Saya sedang bercuti di Langkawi apabila mengetahui Karnival Jualan KBBM diadakan di sini, terus jadi tidak sabar untuk datang bagi membeli produk buatan pengusaha tempatan.

"Saya sedang bercuti di Langkawi apabila mengetahui Karnival Jualan KBBM diadakan di sini, terus jadi tidak sabar untuk datang bagi membeli produk buatan pengusaha tempatan.

"Saya paling tertarik



Saya sedang bercuti di Langkawi apabila mengetahui Karnival Jualan KBBM diadakan di sini, terus jadi tidak sabar untuk datang bagi membeli produk buatan pengusaha tempatan."

Zaidatul Asma Kamarudin

di gerai pameran coklat buatan tangan, rasa coklat yang dijual memang sedap, malah setanding coklat antarabangsa lain," katanya.

Karnival Jualan KBBM adalah program anjuran Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) itu berlangsung selama empat hari bermula Khamis lalu di Dataran Chenang, di sini.

Bagi Mohamad Aqhor

Ramlil, 24, dari Nilai, Negeri Sembilan puja berkata, ini kehadiran ketiganya ke KBBM di lokasi berbeza dan akan terus menyokong program berkenaan.

"Saya sangat suka penganjuran karnival seperti ini kerana aktiviti dianjurkan sangat menarik, terutama pameran dan jualan produk dihasilkan sendiri usahawan tempatan."

"Ada produk yang dijual di sini, kita tak boleh dapat walaupun mencarinya di pasaran besar, inilah kelebihan KBBM dan saya menyukainya," katanya.

Bagi pengunjung remaja, Zainita Ahmad Rushdi, 17, berkata penganjuran acara yang diselaraskan dengan persembahan hiburan artis mewujudkan cita rasa golongan muda.

"Pastinya, persembahan hiburan oleh Azlan & The Typewriter, Baby Shima, Afieq Shazwan, Fiq (Mentor) dan Nuri (Mentor) amat menghiburkan," katanya.



NAIMAH Matzeri menunjukkan coklat dihasilkannya pada KBBM Peringkat Kebangsaan 2021 di Dataran Chenang.

KPDNHEP teruskan Kempen Beli Barang Malaysia 2021

Oleh ROSHILA MURNI ROSLI

LANGKAWI

**K**ementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) meneruskan pelaksanaan Kempen Beli Barang Malaysia pada tahun ini susulan impak positif yang diterima melalui kempen itu pada tahun 2020.

Timbalan Menteri KPDNHEP, Datuk Rosol Wahid berkata, kempen pada tahun ini diasaskan untuk pelaksanaan secara komprehensif bertujuan untuk merangsang, merancak dan memperkuatkan ekonomi domestik dan meningkatkan pembelian produk-produk tempatan di samping menyemai semangat cintakan barang Malaysia.

Katanya, penglibatan pemain industri, usahawan dan pengeluar tempatan, pihak media serta agensi kerajaan dalam pelaksanaan kempen itu turut menerapkan semangat keterangkuman dan bersama-sama Keluarga Malaysia dalam usaha memartabatkan pengeluaran produk-produk tempatan.

"Susulan itu, KPDNHEP dengan kerjasama Lembaga Pembangunan Langkawi (Lada) dan Majlis Perbandaran Langkawi (MPL) telah menganjurkan Karnival Jualan Barang Malaysia bermula pada 11 sehingga 14 November di Dataran Chenang di sini.

"Karnival jualan ini bertujuan untuk mempromosikan produk-produk tempat-

## Bantu tingkat pembelian produk tempatan

**R**arnival jualan ini bertujuan untuk mempromosikan produk-produk tempatan dengan tema 'Beli Barang Malaysia' selain menjadi salah satu inisiatif KPDNHEP bagi membantu usahawan-usahawan tempatan dalam memasarkan produk mereka."

an dengan tema 'Beli Barang Malaysia' selain menjadi salah satu inisiatif KPDNHEP bagi membantu usahawan-usahawan tempatan dalam memasarkan produk mereka," katanya ketika ditemui pada Majlis Perasmian Kempen Beli Barang Malaysia Peringkat Kebangsaan di Dataran Chenang di sini pada Sabtu.

Menurutnya, karnival berkenaan melibatkan 20 usahawan tempatan sekitar negeri Kedah dan zon utara yang terdiri daripada jenama seperti Mahsuri Gold, Datai Valley, Puteh, Twopai Craft, Lwi Blue, Lazy Lizard, Dkawi, Alazat, Mak



Rosol (kanan) mendengar penerangan daripada usahawan yang terlibat dalam Karnival Jualan Barang Malaysia di Dataran Chenang, Langkawi pada Sabtu.

Minah, Aurabees, Mismis, MH Saujana, Latte Langkawi, Sue's Collection Langkawi, Kraftangan Malaysia, Swag, Tiffin Jiwa, Mokti's, Nurey's dan Adraa By Rosyam.

"Sepanjang karnival ini berlangsung, pelbagai aktiviti menarik dan ber-  
informatif turut disusun dengan pelbagai jenis pengisian berbentuk infotainment seperti pameran jualan, demo produk, program kepenggunaan dan malam ke-  
rohaniah," katanya.

Rosol menambah, penganjuran karnival selama empat hari itu menyasarkan pengunjung dari pelbagai pelosok nege-

ri yang melawat dan melancong ke Langkawi sejak ia menjadi lokasi Projek Rintis Gelembung Pelancongan bermula 16 September lalu.

"Selain itu, pada masa sama, KPDNHEP juga mengadakan program Inisiatif Pendigitan Sektor Peruncitan (ReDI) di Langkawi khususnya di Dataran Cenang.

"Seramai 858 (33 peratus) daripada 2,596 peniaga berlesen telah menyertai program ini dan kementerian menyasarkan sekurang-kurangnya 50 peratus peniaga akan didaftarkan sehingga Jun 2022," katanya.



## BMPC boosts retail sector

ADIE SURI ZULKIFLI  
LANGKAWI  
news@NST.com.my

**T**HE government is committed to helping micro, small-and medium-scale enterprises (MSMEs) through the Buy Malaysian Products Campaign to revive the economy post Covid-19.

The Domestic Trade and Consumer Affairs Ministry will continue engaging retail partners in the traditional and e-commerce sections to drive the campaign.

Deputy Minister Datuk Rosol Wahid said this was in line with the campaign's goals to boost the economy and increase the sales of local products.

“Although the Covid-19 pandemic and Movement Control Order have derailed the ministry's efforts to boost economic recovery through the campaign, we are optimistic that we will achieve at least a 2.5 per cent growth in performance and sales compared with the previous year,”



Rosol said this optimism was based on the encouraging sales growth and the government's move to reopen more economic sectors.

In 2019, he said, the campaign had recorded RM2.87 billion in sales, with RM6.84 million generated through online sales.

“Last year, sales increased to RM3.3 billion, with online sales recording more than RM145 million.”

He said this after opening the national-level Buy Malaysian Products Carnival at Dataran Chesang here

on Saturday.

“To boost the potential of our products, the ministry is also improving the Made in Malaysia logo issuance programme.

This is in line with the government's goal to have local products that are recognised in the domestic and foreign markets.”

Stringent conditions would be imposed on manufacturers before they were allowed to put the logo on their products, he said.

“There are many products that are unique, of high quality and can penetrate the domestic and foreign markets.

The Made in Malaysia logo will provide value-added and quality assurance about products from this country.

“We want our products to carry the Made in Malaysia logo with pride.”

Present were Kedah State Legislative Assembly Speaker Datuk Juhari Bulat, state Domestic Trade and Consumer Affairs Committee chairman Romani Wan Salim, Domestic Trade and Consumer Affairs Ministry secretary-general Datuk Seri Hasnol Zam Zam Ahmad and his deputy, Datuk Roziah Abdul, and Langkawi Development Authority (Lada) chief executive officer Nasaruddin Abdul Muttalib.

Rosol said it was hoped that collaborations with strategic partners would be retained while bringing in new partners to boost the economy.

“These collaborations are crucial to revive and spearhead the recovery of the retail sector.”

He added that the government's commitment to revive the economy through the campaign was reflected in a RM20 million allocation in the 2022 Budget.

The four-day event, which ended yesterday, was jointly organised with the Langkawi Municipal Council and Lada.

“Langkawi is the right location for this carnival as the island has attracted



Deputy Domestic Trade and Consumer Affairs Minister Datuk Rosol Wahid from the launch of the Buy Malaysian Products Campaign in Langkawi. PIC FROM MINISTRY OF FACEBOOK PAGE

visitors from all over Malaysia following the introduction of the travel bubble in September.

“The government's decision to allow interstate travel has also contributed to the recovery of the island's tourism sector.”

He urged people to continue supporting the government's initiatives to revive the economy.

Twenty local and regional MSME enterprises took part in the carnival.

The carnival offered product demonstrations and sales, consumer programmes, and musical and cultural shows.

During the carnival, the ministry organised the Retail Sector Digitalisation Initiative, which saw 858, or 33 per cent, of the 2,596 licensed business operators in Langkawi signing up for the programme, said Rosol.

The ministry hopes to have at least 50 per cent of business operators in Langkawi sign up for the programme by June next year.”

**Most entrepreneurs were struggling, so this carnival has been a huge boost for us.**

**MAHADZIR MD ISA**  
Owner of Two Pai Craft



Mohd Bakhtiar Bustamam, a representative of Nuri Enterprises with some of his products under the Nureys brand.



**Deputy Domestic Trade and Consumer Affairs Minister Datuk Rosol Wahid visiting the participating booths after the launch of the Buy Malaysian Products Campaign.**  
PIX BY HAMZAH OSMAN



**Price Monitoring Officer Besah Abdul Hamid showing a promotional bunting for the ministry's 'Price Catcher' application.**



**This is the first carnival that I have participated in and I appreciate the chance to promote my products and exchange ideas with entrepreneurs.**

**NAIMAH MATZERI**  
Chocolate entrepreneur

## After the storm, the sun shines on entrepreneurs

**LANGKAWI:** Participants and visitors to the national-level Buy Malaysian Products Carnival here are singing praises of the event, which they say is timely as businesses are restarting after the Covid-19 pandemic.

They lauded the Domestic Trade and Consumer Affairs Ministry for organising the four-day carnival at the right time, following the reopening of more economic sectors.

One of the 20 participants, Mahadzir Md Isa, the owner of Two Pai Craft company, which produces handicraft products, said the carnival had provided a lifeline for entrepreneurs.

"It has been a tough time for us, especially those who depend on the tourism sector."

"Most entrepreneurs were struggling, so this carnival has been a huge boost for us."

Handmade chocolate entrepreneur Naimah Matzeri from Kampung Temonyong here said: "As an entrepreneur in Langkawi, I am very grateful for the government recognising the island's tourism sector."

She produces chocolate under the MinaChoc and Minamoog Kit-Chim brands.

Naimah, who started her chocolate business as a hobby six months ago before turning it into a business, said the carnival was a great opportunity to promote her products.

"This is the first carnival that I have participated in and I appreciate the chance to promote my products and exchange ideas with entrepreneurs."

For outstation entrepreneurs, the carnival was a perfect platform for them to penetrate the Langkawi market.

Muhib Bakhtiar Bustamam, a representative of Nuri Enterprise, which manufactures Nureys food products, such as laksa, rice vermicelli, fried onions and kerisik (fried coconut paste), said the carnival was a success based on the overwhelming response from visitors.

"Besides buying our products, some have also expressed an interest in networking with us."

Suhar Bieschts, business development manager Norhaslinda Hamdan said the carnival was an effective platform for the company to expand its market.

"We brought three products to promote at this carnival: two health supplements and a juice made from 100 per cent soursop fruit."

"Our focus at this carnival is to introduce our products and network with entrepreneurs."

Visitors too were thrilled to learn about the products.

Zaidatul Asma Kamarudin, 26, from Sungkai, Perak, who was on holiday, said: "There are many products with impressive packaging at this carnival."

"I am impressed by the handmade chocolates produced by a local entrepreneur. It tastes so good and the quality is on a par with branded chocolates."

Mohamad Aghori Ramli, 24, from Nilai, Negri Sembilan, said he was thrilled by the diversity of products.

"I found that many of the products here deserve to be sold at hyperstores and retail chains."

The entrepreneurs who participated at the carnival have made a bold statement about their ability to come up with products that we can be proud of as Malaysians."

Aghori lauded the ministry's initiative to organise the campaign as it provided a platform for people to learn about local products.

"This sort of carnival will help our entrepreneurs take their business to another level."

Zainita Ahmad Rusdi, 17, said she was delighted by the attractions organised on the sidelines of the carnival.

The consumer awareness programme helped youngsters like her to better understand their role as consumers, she said.

"The appearance of singers was an added attraction."



## Kerajaan tubuh jawatankuasa bersama stabilkan harga baja dan racun



RONALD



ALEXANDER

**PUTRAJAYA** - Kerajaan melalui Kementerian Pertanian dan Industri Makanan (MAFI) dan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) telah menubuhkan jawatankuasa bersama bagi menangani isu kenaikan harga baja dan racun.

Menteri Pertanian dan Industri Makanan, Datuk Seri Dr Ronald Kiandee dan Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Alexander Nanta Linggi dalam kenyataan bersama menjelaskan, ia adalah sebahagian usaha bersepdu untuk meneruskan cadangan tindakan dan kaedah penyelesaian bagi masalah itu.

Menurut kenyataan itu, jawatankuasa berkenaan akan mengenal pasti langkah-langkah lain dalam membantu petani dan pengusaha kecil yang berhadapan dengan isu kenaikan harga baja dan racun secara mendadak.

"Mesyuarat jawatankuasa bersama tersebut turut dihadiri oleh wakil-wakil Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI), Kementerian Kewangan (MOF), Kementerian Perusahaan Perladaan dan Komoditi (MPIC), Unit Perancang Ekonomi dan wakil pemain-pemain industri.

"Ia termasuklah Persatuan Pemelibharan Tanaman dan Kesihatan Awam Malaysia (MCPA), Persekutuan Persatuan-Persatuan Pekebun-Pekebun Sayur-Sayuran Malaysia dan Persatuan Pekebun Buah-buahan Malaysia (MFFA) pada 10 November lalu.

"MAFI dan KPDNHEP memandang serius isu kenaikan harga baja dan racun yang berlaku sejak pandemik Covid-19

melanda seluruh dunia," menurut kenyataan itu.

Kenyataan itu menjelaskan, baja dan racun makhluk perosak merupakan input pertanian dan komponen penting dalam pengeluaran hasil tanaman yang berkualiti dan selamat dimakan oleh penduduk Malaysia.

Kata kenyataan itu, kebanyakannya baja dan racun yang digunakan oleh petani dihasilkan daripada bahan mentah yang diimport daripada negara luar seperti unsur nitrogen, fosfat (phosphate) dan kalium (potassium).

"Berdasarkan perbincangan dan sesi libat urus yang diadakan dengan pihak berkepentingan dan pemain industri, antara punca yang telah dikenal pasti berhubung isu ini adalah perubahan polisi daripada negara pengeksport, kenaikan kos bahan mentah, gangguan logistik serta spekulasi pasaran.

"Apabila bekalan baja dan racun berkurangan di pasaran dengan permintaan sentiasa berturusan daripada petani, maka peningkatan harga berlaku di sepanjang rantai pembekalan produk tersebut.

"Beberapa cadangan penyelesaian telah dikenal pasti dan diangkat oleh MAFI dan KPDNHEP secara bersama dalam Mesyuarat Jemaah Menteri pada Jumaat supaya isu ini dapat ditangani secara menyeluruh dan holistik, di samping membantu golongan yang terjejas," katanya.

Tambahnya, MAFI dan KPDNHEP sentiasa peka dengan kenaikan harga baja dan racun bagi memastikan produktiviti pengeluaran tidak terjejas serta bekalan sentiasa mencukupi dengan harga yang stabil dan berpatutan.

# Jenuh cari minyak masak

Oleh NOOR HASLIZA NUSI  
utusannews@mediamulia.com.my

**GEORGETOWN:** Isu kekurangan bekalan minyak masak paket di negeri ini masih belum menemukan jalan penyelesaian sejak dua minggu lalu sehingga memaksa pengguna pusing keliling pulau semata-mata ingin mencari stok barang kawalan bersubsidi itu.

Rata-rata mereka terdiri peniaga kecil kini semakin berdepan tekanan apabila terpaksa berkorban masa serta tenaga untuk mencari bekalan minyak paket sejauh lebih 20 kilometer dari kediaman masing-masing.

Tinjauan *Utusan Malaysia* di lebih lima buah kedai runcit di daerah Timur Laut dan Barat Daya di sini semalam mendapati, tiada bekalan minyak paket dijual di premis dan pengusaha juga memberi alasan sama iaitu: "Sudah banyak kali *order* (tempah) tetapi barang tak sampai juga".



**KEBANYAKAN** kedai di Pulau Pinang ketika ini hanya mempamerkan kotak minyak paket yang kosong di kedai masing-masing ekoran kekurangan bekalan itu yang berlaku sejak hujung Oktober lalu.

Seorang peniaga ayam gunting, Mohd. Nor Hisham Awang Nong, 48, berkata, dia kini bantu memikirkan masalah yang dihadapi dan terpaksa menggantikan dengan minyak masak botol lima kilogram pada harga RM24.

"Hampir 10 kedai runcit termasuk pasar raya besar di daerah Timur Laut dan Barat Daya juga langsung tiada stok sejak dua minggu lalu. Setiap hari saya terpaksa keluar mencari minyak masak ini."

"Saya menggunakan kira-kira enam hingga tujuh kilogram masak sehari. Minyak masak botol lima kilogram memang tak cukup dan perlu guna sekurang-kurangnya dua botol," keluhnya.

Pemilik gerai Syam Ayam Gunting itu menambah, dia tidak pilihan untuk mendapatkan bekalan barang keperluan itu di luar Pulau Pinang sekiranya masalah tersebut masih berterusan.

Sementara itu, seorang lagi peniaga ayam goreng, Syafiq Razali, 35, memberitahu, dia terpaksa mengehadkan bilangan jualan harian daripada enam kepada tiga ekor ayam sehari. Perkara ini sudah berlutan sejak penghujung Oktober lalu.

Dalam pada itu, Pegawai Penyelidik Persatuan Pengguna Pulau Pinang (CAP), N. V. Subbarow menggesa Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDN-HEP) menyelesaikan isu berkenaan dengan segera.



NADZIM JOHAN

## Sikap peniaga punca harga naik

**PETALING JAYA:** Kenaikan harga barang tertentu sehingga sekali ganda berpunca daripada sikap peniaga yang mengambil kesempatan menaikkan harga sesuka hati dan kelemaahan penguatkuasaan.

Ketua Aktivis Persatuan Pengguna Islam Malaysia (PPIM), Datuk Nadzim Johan berkata, terdapat segelintir peniaga yang betul-betul mengambil kesempatan dan meletak harga yang tidak munasabah.

"Harga barang sekarang menaik secara 100 peratus, contohnya barang binaan seperti besi yang lama disimpan menaik harganya secara 100 peratus. Jadi buat masa sekarang, siapa yang berkuasa sekarang, pembekal, sindiket atau kerajaan?" soalnya.

Nadzim berharap supaya kementerian terlibat untuk melaksanakan pelan bagi mengatasi masalah kenaikan harga dengan cara yang serius kerana masalah tersebut bukannya baharu.

Beliau menambah, kerajaan perlu mengkaji semula kaedah penguatkuasaan kerana rakyat Malaysia tidak takut kepada denda dan penguatkuasaan pada masa kini.

"Rakyat juga perlu memainkan peranan dalam membuat aduan jika terdapat kenaikan harga yang tidak sepatutnya agar kerajaan boleh membuat siasatan. Malaysia akan mundur jika masalah ini akan berpanjangan, bertahun-tahun kita akan menghadapi masalah ini," ujarnya.

# Kosmo!

SUARA KONTEMPORARI

HARI : ISNIN  
TARIKH : 5/11/2021  
M/SURAT : 16

Senarai Harga Barang Keperluan			
Ayam	RM6.50	Telur Gred A	RM11.37
Daging Lembu Tempatan	RM34.99	Ikan Kembung	RM10.90
Daging Lembu Import	RM15.50	Minyak Masak	RM6.40
Gula Pasir	RM2.85	Bawang Besar Holland	RM2.69
Bawang Putih	RM5.50	Cili Merah	RM11.99
Kubis Bulat Tempatan	RM4	Tepung Gandum	RM2.19

\*Harga (RM/kg) Sumber: KPDNHEP



KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI  
DAN HAL EHWAL PENGGUNA

---

---

# **KERATAN AKHBAR DAN MEDIA ONLINE (AGENSI)**

---

---

**15 NOVEMBER 2021 (ISNIN)**

## *Wokyoh, Samad dan Said 'dirompak'*

**KOTA BHARU:** Pemilik animasi popular Kelantan, *Wokyoh, Samad* dan *Said* kecewa apabila karya yang didaftarkan di bawah Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO) itu digunakan tanpa kebenaran bagi tujuan meraih keuntungan.

Bercakap kepada *Utusan Malaysia*, Royhadlin Hussain, 49, berkata, rasa kecewa sukar digambarkan apabila karya hasil titik peluhnya 'dirompak' dan dimuat naik secara berleluasa pelbagai pihak di laman sosial terutama aplikasi TikTok.

"Saya sedih dan sakit hati, siapa yang tak sakit hati kalau karya kita digunakan tanpa kebenaran. Jadi saya menyeru kepada pihak terlibat supaya tidak lagi 'mencuri' karya-karya animasi *Wokyoh, Samad* dan *Said* itu lagi.

"Saya tiada niat untuk memperbesarkan isu ini. Namun sebagai pemilik, saya mempunyai hak kerana ia hasil titik peluh yang dilakukan dengan penuh kejujuran untuk menaikan nama industri animasi Kelantan ke peringkat tertinggi," katanya.

Royhadlin memberitahu, itu sedikit sebanyak melemahkan semangatnya namun dia bertekad untuk tidak mudah



ANIMASI *Wok Yoh, Samad, Said* yang popular di Kelantan.

mengalah, sebaliknya mahu terus berjuang mengangkat martabat animasi Kelantan.

Dia juga berterima kasih kepada peminat kerana tidak putus-putus memberi sokongan padu dengan cara mengikuti animasi *Wokyoh, Samad* dan *Said* menerusi plaftron rasmi iaitu Artmedia Production (Youtube) dan laman sosial Facebook *Wokyoh Samad Said Original*.

"Sokongan ini menjadikan saya terus bermotivasi untuk menghasilkan animasi itu dengan lebih baik. Animasi *Wokyoh, Samad* dan *Said* ini boleh melangkah lebih jauh jika seluruh masyarakat memberikan sokongan padu," katanya.