



---

**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**

---

**14 JULAI 2020 (SELASA)**



---

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

---

**14 JULAI 2020 (SELASA)**

# Utamakan produk jenama Malaysia



Menang membeli  
 menang memakai

Musim durian tiba lagi. Bukan sahaja baunya dihidu merata tempat tapi cerita tentang durian turut memenuhi 'posang' di media sosial. Cerita susah payah mencari durian, kongsi 'review' penjual durian malah lagi hebat bila ada yang berkongsi video makan durian. Nikmat dapat merasa pelbagai jenis durian; Musang King, D24, Duri Hitam, IOI, Tekah dan tak kurang juga durian kampung.

Semestinya Musang King menjadi sebutan dan pilihan utama. Peminat Musang King bukan sahaja orang-orang Malaysia. Malah orang dari China, Singapura, Brunei dan Indonesia turut ingin mendapatkan raja buah ini. Kementerian Pertanian dan Industri Makanan (MOA) juga menjangka 1,000 tan Musang King (D197) dan Black Thorn (D200) diekspor ke China setiap bulan dengan nilai eksport kira-kira RM500 juta setahun. Hebat produk Malaysia ini!

Selain durian Musang King, Malaysia juga mempunyai produk lain yang berkualiti. Proton, Perodua dan Modenas adalah jenama produk Malaysia yang terkenal dalam bidang automotif. Rakyat Malaysia yakin dengan kemampuan jenama ini. Sebagai bukti, jalan raya penuh dengan kereta Proton dan Perodua pelbagai jenis.

Tapi tak semua produk Malaysia menjadi kebanggaan rakyat sendiri. Orang Malaysia masih berpaling daripada jenama Malaysia untuk barangan elektrik. Ada juga yang masih tak tahu Khind dan Pensonic adalah produk Malaysia.

Pandemik Covid-19 yang melanda dunia seharusnya membuka mata rakyat Malaysia untuk mengutamakan produk Malaysia. Hal ini kerana banyak negara telah memulakan kempen untuk utamakan barangan tempatan. Amerika telah mula 'hentikan' pengimportan barang dari luar negara terutama China. Britain pula telah melancarkan *Buy British First*. Begitu juga China, Jepun dan Korea.

Bagi rakyat Malaysia, kebanyakan pendapatan peniaga yang terkesan ialah pengeluaran produk tempatan kerana selama tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) hingga PKPP (Pemulihan), orang ramai hanya membeli barang keperluan asas seperti makanan dan barang dapur.

Sudah sampai masanya rasa cintakan Malaysia diserahkan dalam bentuk menyokong produk dan jenama Malaysia setelah

empat bulan kita bersatu hati melawan pandemik ini.

## Kempen

Sejajar dengan itu kerajaan telah memperkenalkan Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (Penjana) dan salah satu daripada inisiatif Penjana ialah Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM) yang dilaksanakan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP).

Kempen yang sinonim dengan kementerian ini dilihat sangat signifikan sebagai satu langkah yang tepat untuk membantu melonjakkan ekonomi dalam waktu yang sama membantu usahawan dan syarikat tempatan untuk terus beroperasi dan para pekerjaanya terus bekerja untuk kelangsungan hidup.

Bercakap mengenai KBBM, mengimbau kembali iklan kasut buatan Gombak yang popular. Iklan yang diterbitkan pada 1998 yang mengisahkan seorang pemuda mengangkat barangan buatan tempatan sebagai pilihan pertamanya.

Iklan hari Kemerdekaan Negara ke-41 penerbitan Petronas itu telah mengangkat martabat jenama tempatan setanding barangan luar negara. Masih teringat dialog gadis di dalam bas dalam iklan tersebut, "Tak salahkan? Kasut buatan Gombak kan bagus. Setelah sekian lama kita merdeka, kita patut bangga dengan barangan buatan sendiri." Sebagai pembalas kata-kata pemuda yang duduk di sebelahnya apabila penumpang lain melihatnya sinis seolah-olah mengeji kasut Gombak yang dipakainya.

Semangat pemuda dan pemuda itu harus dijunjung. Sedangkan ramai segenerasinya sanggup bergolak-bergakai hanya untuk me-

miliki barangan jenama antarabangsa.

Malaysia memiliki banyak produk daripada pelbagai jenama yang tidak kurang hebatnya. Sebagai contoh, anak muda kelahiran Besut mengangkat nama negara dengan mengeluarkan seluar 'jeans' yang bernaung di bawah jenama *Raw Denim House*. Siapa sangka barangan daripada Besut berjaya menembusi pasaran antarabangsa setanding jenama-jenama lain yang mendominasi pasaran seluar denim.

Telekung Siti Khadijah, produk Neelofa, Tudung Bawal dan Ariani, batik Bujins, Kapten dan Nor Arfa memelopori jenama tempatan dalam bidang busana. Habib Jewels, Wah Chan dan Poh Kong pula dalam bidang perhiasan dan aksesori. Khind, Pensonic, Elba, Mistral dalam sektor perkakasan rumah. Banyak lagi yang telah berjaya mengangkat nama negara di persada dunia.

Ini belum lagi sektor makanan dalam industri francais yang telah berada di pasaran antarabangsa seperti Marrybrown, Gloria Jeans dan Tealives. SimplySiti, Safi Rania, Enchanieur dan Silkygirl pula terkenal dalam bidang kecantikan.

## Sokong

Apa yang menghairankan, mengapa masih ramai rakyat Malaysia yang masih memuja jenama luar dan lebih ekstrem sehingga sanggup ke luar negara untuk berbelanja? Apakah yang bermain dalam pemikiran rakyat Malaysia tentang standard dan kualiti produk Malaysia?

Pemulaan syarikat-syarikat gergasi pastinya seperti syarikat PKS tempatan kita. Kejayaan yang mereka miliki adalah daripada sokongan masyarakat tempatan dan keper-

cayaan yang diberikan dengan membeli produk tersebut. Contohnya jenama SONY dan Samsung yang menjadi kebanggaan masyarakat Jepun dan Korea.

Sampai bila produk Malaysia menjadi produk sampingan, pilihan kedua rakyat Malaysia? Seharusnya rakyat Malaysia menyahut saranan kerajaan yang gigih mempromosikan produk tempatan. Setiap produk dan jenama tempatan sepatutnya menjadi pilihan pertama rakyat Malaysia. Dekat di mata, dekat lagi di hati.

Kadang-kadang kita tertipu dek kerana nama daripada memikirkan kualiti atau harga. Di sini letaknya kebijaksanaan sebagai seorang pengguna bestari sama ada membeli atas keperluan atau kehendak, kerana jenama atau kualiti.

Peribahasa "alah membeli, menang memakai" harus ditukar menjadi "menang membeli, menang memakai" terutama dalam perkembangan dunia yang serba pantas terhadap fesyen dan teknologi.

Kenapa kita perlu beri keutamaan kepada produk Malaysia terutama selepas PKP ini? Sokongan rakyat Malaysia amat diperlukan untuk memastikan pengeluaran dan pengusaha tempatan tidak terus ditakuk lama. Peningkatan R&D untuk mengembangkan produk dan syarikat tidak dapat dilaksanakan kerana kekurangan pulangan modal.

Kedua, bukan sahaja dapat membantu pengeluaran tempatan terus hidup dan bersaing tetapi peluang pekerjaan turut terbuka kepada rakyat Malaysia lebih-lebih lagi golongan B40 dan M40 yang terjejas akibat pandemik ini.

Ketiga, untuk mengurangkan pengaliran wang ke luar negara dan merancaikan ekonomi domestik kita yang telah merudum -6% akibat PKP.

Alasan malas nak pergi ke malls tidak boleh diterima kerana produk Malaysia juga tersenarai dalam pasaran dalam talian. E-dagang telah membuka lebih banyak peluang kepada produk tempatan untuk duduk sama rendah berdiri sama tinggi dengan produk antarabangsa. Yang menentukan status itu tidak lain dan tidak bukan, rakyat Malaysia sendiri.

Kita harap para peruncit membantu dalam menonjolkan produk Malaysia di rak-rak yang prominen dengan label produk Malaysia yang jelas supaya rakyat dapat menyokong dan membelinya. Kita dikhabarkan kempen ini akan berjalan dari sekarang hingga Disember dengan pelbagai tema. Langkahlah dengan yakin dan selamat bersama keluarga membeli produk Malaysia demi untuk memulihkan kembali ekonomi negara.

Kalau bukan kita, siapa lagi? Jadilah rakyat yang bangga dengan produk kita.

#barangbaikbarangkita  
 #belanjauntukMalaysia  
 #sokongprodukjenamaMalaysia



Barangan buatan Malaysia kualitinya terjamin, harga juga sangat berbaloi.