

22 JUN, 2020

## Membawa digitalisasi dari Putrajaya ke desa

Berita Harian, Malaysia

Page 1 of 2

# Membawa digitalisasi dari Putrajaya ke desa



**Dari Kaca Mata**  
**Datuk Seri Mustapa Mohamed**  
Menteri di Jabatan Perdana Menteri (Ekonomi)

**COVID-19** memaksa kita semua untuk berubah, lantas kehidupan tidak lagi seperti sebelum ini.

Jika dahulu manusia dipaksa supaya beratur, tetapi kini barisan panjang dapat dilihat di mana-mana. Manusia tidak lagi berebut-rebut seperti dahulu. Tertib.

Krisis kesihatan ini juga menukar gaya hidup untuk bergantung kepada teknologi baharu. Paling nyata penggunaan digital dalam semua urusan.

Jika dahulu terpaksa bersenteng kain atau seluar untuk masuk ke pasar basah, namun kini dengan hujung jari, ikan, sayur dan ayam sudah sampai di rumah.

Anak-anak pula mengikuti kelas melalui Google Classroom, manakala mahasiswa menggunakan Google Meet, Zoom dan macam-macam lagi.

Membeli di hujung jari juga bukan perkara baharu. Sudah lama wujud. Azahari Ahmad atau lebih dikenali dengan 'Pasarmen' di Pasar Borong Selayang, mengamalkan kaedah ini sejak 2018.

Dia menggunakan 'kapcai' Honda C50 menghantar barangan basah kepada pelanggan.

Kini, Pasarmen sudah berada di semua platform digital dengan laman sesawang khusus bagi memudahkan pelanggan membuat pesanan.

COVID-19 juga membuatkan kita yakin dengan digital. Sikap skeptikal terhadap peniaga di alam maya sudah berubah. Peniaga juga lebih jujur dalam berurusan niaga.

Ada yang menipu tetapi tidak ramai, itu pun mudah 'ditangkap' atau dikesan sehingga ke anak cucu oleh warga net.

Kerajaan menyedari hakikat ini. Justeru, pelbagai program dengan peruntukan yang besar diumumkan dalam Pakej Rangsangan Ekonomi PRIHATIN Rakyat (PRIHATIN) dan Pelan Jana Semula Ekonomi (PENJANA).

Sebagai contoh, kerajaan memperuntukkan RM700 juta dalam bentuk geran dan pinjaman bagi menggalakkan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) serta syarikat di peringkat pertengahan (MTC) untuk mengamalkan atau melanggan perkhidmatan digital di bawah PENJANA.

Sebanyak RM70 juta untuk kempen menggalakkan peralihan PKS dan PKS mikro kepada platform e-dagang bagi mempertingkatkan akses pasaran. Banyak lagi manfaat diumumkan dalam PRIHATIN, PRIHATIN (Tambahan) dan PENJANA khusus untuk pendigitalan.

Namun, kerajaan sedar jurang digital antara bandar dan luar bandar masih lebar. Masih ada kawasan tidak mendapat liputan 3G dengan sempurna.

Kisah Veveonah Mosibin yang terpaksa memanjat pokok di kampungnya di Pitas, Sabah bagi mendapatkan talian untuk menjawab soalan peperiksaan Universiti Malaysia Sabah (UMS) membuka mata kita semua mengenai betapa lebarnya jurang digital.

Orang kampung juga masih 'kabur' dalam dunia pemasaran maya. Mereka mungkin hanya tahu mengiklankan produk atau perkhidmatan di Facebook tetapi hanya berlegar di kawasan sendiri sahaja. Produk mereka tidak tersebar meluas.

Ingat tak kisah viral Rabiatiul

Adawiyah Ibrahim menjual daun pandan, ubat nyamuk dan keropok 'Super Ring' di platform eBay Keelengaran lucu, tetapi suri rumah ini mendapat pulangan lumayan disebabkan perbezaan mata wang. Super Ring yang dibeli dengan harga RM1.60 dijual kembali dengan harga AS\$12.

Di kawasan saya di Jeli, seorang ustazah Kelas al-Quran dan Fardhu Ain (KAFA) menggunakan kuasa viral untuk menjual piza. Norani Ahmad, 34 dan suami hanya belajar membuat makanan Itali ini melalui atas talian.

Namun, Mek Ani Pizza Jangok

hanya mampu menerima tempahan sehingga 400 keping. Mereka tidak mempunyai kapasiti yang cukup bagi menampung permintaan yang amat tinggi.

Di Pasir Pekan, Tumpat, seorang anak muda berusia 25 tahun terkejut apabila jualan sayurnya meningkat empat kali ganda sepanjang Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) bermula 18 Mac lalu.

Mohd Safuan Saidin adalah usahawan yang menyertai AgroBazaar Online di bawah kendalian Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA). Pemuda lulusan Diploma Kejuruteraan Elektronik Kolej Kemahiran Tinggi MARA ini menggunakan sepenuhnya media sosial untuk memasarkan hasil tanamannya seperti cili, timun, terung, bendi, kangkung dan sawi.

Safuan juga dipilih FAMA untuk mengendalikan Pusat Pengumpulan Ladang (PPL). Hasil petani di kawasan itu dihantar ke PPL untuk dipasarkan.

Dia kini membuka kedai barangan basah untuk pasaran setempat, namun tetap percaya jualan dalam talian mempunyai potensi yang besar.

Lazimnya, orang ramai akan mahu menyentuh dan melihat produk basah seperti ikan serta sayur sebelum membeli bagi melihat tahap kesegarannya. Na-

mun, normal baharu yang 'dipaksa' daripada COVID-19 memberikan keyakinan kepada orang ramai untuk membeli barangan baharu ini secara dalam talian.

Minggu lalu, saya bertemu dengan 40 usahawan di FELDA Bukit Rokan di Negeri Sembilan. Tidak kurang 10 daripada mereka menggunakan digital untuk memasarkan produk dihasilkan.

Shaifulrizam Ramli, 35, menghasilkan daging salai untuk dipasarkan ke seluruh negara serta mempunyai ejen di beberapa bandar besar. Dia mengaku masih kekurangan ilmu dalam dunia digital dan memerlukan lebih banyak bimbingan.

Rohani, Safuan dan Shaifulrizam menggunakan penghantar (runner) bebas untuk mengedarkan produk kepada pelanggan. Ini yang disebut ekonomi gig. Membuka lebih banyak peluang pekerjaan.

Krisis kesihatan melanda seluruh dunia kini memberikan kesedaran yang memaksa kerajaan, swasta dan semua pihak untuk berubah serta menggunakan digital untuk urusan seharian.

Justeru, agensi seperti Perbadanan Ekonomi Digital Malaysia (MDEC), SME Corporation Malaysia (SME Corp), FAMA dan banyak lagi digembleng bagi merencanakan penggunaan digital ke tahap maksimum untuk membantu meningkatkan daya tahan ekonomi negara.

Ini akan merapatkan jurang digital antara bandar dan luar bandar. Inilah normal baharu yang dibawa oleh COVID-19.

Kehidupan seharian kita sudah berubah. Kita perlu kembali menjalani kehidupan seperti biasa dalam keadaan 'luar biasa'.

Insya-Allah, digitalisasi bermula dari Putrajaya dan Cyberjaya tidak akan terhenti di situ sahaja, tetapi turun sehingga ke Pasar Borong Selayang, Sabah, FELDA Bukit Rokan, Jeli dan Pasir Pekan, Tumpat serta banyak lagi desa.

Transformasi ini harus bermula dari Pusat Internet Desa. Di seluruh negara ada lebih 1,000 pusat internet desa dan di Jeli sahaja ada 10 buah.

Pusat ini perlu diperkasakan supaya menjadi pemangkin untuk orang kampung mempelajari selok belok dunia digital. Dari Putrajaya dan Cyberjaya turun ke desa.

**Orang kampung juga masih 'kabur' dalam dunia pemasaran maya. Mereka mungkin hanya tahu mengiklankan produk atau perkhidmatan di Facebook tetapi hanya berlegar di kawasan sendiri sahaja. Produk mereka tidak tersebar meluas.**



Pusat Internet Desa perlu diperkasakan bagi membolehkan penduduk di kawasan luar bandar mempelajari dunia digital. (Foto hiasan)



22 JUN, 2020

## Membawa digitalisasi dari Putrajaya ke desa

Berita Harian, Malaysia

Page 2 of 2

### SUMMARIES

COVID-19 memaksa kita semua untuk berubah, lantas kehidupan tidak lagi seperti sebelum ini. Jika dahulu manusia dipaksa supaya beratur, tetapi kini barisan panjang dapat dilihat di mana-mana. Manusia tidak lagi berebut-rebut seperti dahulu. Tertib. Krisis kesihatan ini juga menukar gaya hidup untuk bergantung kepada teknologi baharu. Paling nyata penggunaan digital dalam semua urusan.