

BLUEPRINT

SEKTOR PEMBORONGAN & PERUNCITAN KOPERASI

2016-2020



BLUEPRINT

SEKTOR PEMBORONGAN &
PERUNCITAN KOPERASI

2016-2020

duk COOP1M mampu
angani kenaikan kos sara

B4 **BISNES**

MATRADE sasar eksport produk koperasi RM100i

» Tubuh jawatankuasa dengan ANGI bincang matl dua tahun lagi

Oleh Hazwan Faisal Mo
hazwanfaisal@bh.com.my

Produktanga

ZAMAN
GENANGAN
SEKULAR
PENGHARMONIAN
DALAM TRANSAKSI
PEMBIAHYAN RUMAH

DEWAN EKONOMI



**MENDEPANI KENAIKAN
KOS SARA HIDUP**

YB Dato' Seri Hamzah Zaidudin
Menteri Kabinet Perdagangan Antarabangsa dan Industri



dai imCoop
gandakan
ban rakyat

angan 19
t koperasi
diskaun
arang
kan GST

150 Kedai Harga Patut Muafakat
Johor dalam tempoh tiga tahun
ini dalam usaha memperluaskan
khidmat sokongannya, sekali
memenuhi keperluan rakyat
geri ini.
ImCoop yang beroperasi
November 2014 kini m
lima cawangan di Joh
Kota Masai, Paloh, I-

enawaran, permintaan

sara hidup boleh dika

“Memperkasa Jaringan,
Mengukuh Rantaian”

Understanding the retail world

Increasingly beleaguered with rising prices. Hence, it is no wonder finding the best buys for household items is a popular conversation topic among Malaysians.

Isi Kandungan

	Perutusan	v
	1.0 Pengenalan	1
	2.0 Penglibatan Koperasi Dalam Sektor Pemborongan dan Peruncitan	5
	3.0 Blueprint Sektor Pemborongan dan Peruncitan Sebagai “ <i>Game Changer</i> ”	11
	4.0 Jadual Pelaksanaan Pelan Tindakan Sektor Pemborongan dan Peruncitan 2016-2020	15
	5.0 Mekanisme Pelaksanaan Pelan Tindakan Sektor Pemborongan dan Peruncitan 2016-2020	31
	6.0 Impak Pelaksanaan	37

BLUEPRINT



PERUTUSAN



Perutusan Menteri

Kementerian Perdagangan
Dalam Negeri, Koperasi Dan
Kepenggunaan

YB DATO' SERI HAMZAH BIN
ZAINUDIN

Aktiviti pemborongan dan peruncitan merupakan salah satu sumber pendapatan penting bagi ekonomi Malaysia. Ianya merupakan salah satu subsektor ekonomi yang diklasifikasikan di bawah Sektor Perkhidmatan. Sepanjang tempoh Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMK-10), subsektor ini mencatat kadar pertumbuhan purata tahunan sebanyak 6.7% manakala sumbangan kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) meningkat daripada 13.9% pada tahun 2011 kepada 14.7% pada tahun 2013. Bagi memastikan subsektor ini kekal signifikan, Kerajaan telah meneruskan usaha untuk memperkasakan subsektor ini dengan menjadikannya sebagai salah satu bidang ekonomi utama (NKEA) yang diberi fokus di bawah Program Transformasi Ekonomi (ETP) iaitu NKEA Pemborongan dan Peruncitan.

Sebagai salah satu jentera pertumbuhan ekonomi, gerakan koperasi turut tidak terlepas dari dilibatkan di bawah inisiatif ini. Penglibatan koperasi dalam merencanakan lagi aktiviti perdagangan dalam negeri melalui sektor pemborongan dan peruncitan adalah merupakan bukti kepercayaan dan pengiktirafan Kerajaan kepada gerakan koperasi sebagai jentera pertumbuhan ekonomi negara. Justeru suatu pelan tindakan yang khusus perlu dirangka bagi membolehkan koperasi dalam sektor ini merancang dan melaksanakan aktiviti perniagaan mereka dengan lebih tersusun dan sistematik.

Blueprint Sektor Pemborongan dan Peruncitan Koperasi 2016-2020 ini adalah merupakan sebuah dokumen rujukan dan panduan kepada koperasi dalam melaksana dan memacu pelan tindakan bagi memperkasa penglibatan koperasi dalam sektor pemborongan dan peruncitan melalui penguasaan rantai bekalan (*supply chain*) dan rantai nilai (*value chain*). Blueprint ini merupakan pelengkap kepada Dasar Koperasi Negara (DKN) 2011-2020 yang memperincikan lagi strategi-strategi "*quick win*" yang dapat menghasilkan pulangan yang cepat (*early harvest*). Dengan memberi fokus kepada tujuh (7) inisiatif strategik, *blueprint* ini menyasarkan sumbangan perolehan yang mampu dijana oleh koperasi yang terlibat dalam sektor ini adalah sebanyak RM12.6 bilion dan dijangka menyediakan sebanyak 24,880 peluang pekerjaan menjelang tahun 2020.

Saya ingin mengucapkan sekalung penghargaan, syabas dan tahniah kepada koperasi-koperasi dalam sektor ini serta pihak-pihak lain yang terlibat dalam menghasilkan *blueprint* ini. Semoga idea dan buah fikiran serta perkongsian pengalaman yang telah diterjemahkan melalui penerbitan *blueprint* ini dapat dimanfaatkan bersama.

Sekian, terima kasih.

YB DATO' SERI HAMZAH BIN ZAINUDIN



Perutusan Pengerusi Eksekutif

Suruhanjaya Koperasi Malaysia

YBHG DR. NOOR ZARI BIN HAMAT

Sektor pemborongan dan peruncitan merupakan salah satu daripada enam (6) bidang ekonomi utama yang diberi tumpuan di bawah Dasar Koperasi Negara (DKN) 2011-2020. Aktiviti di bawah sektor ini telah bermula sejak tertubuhnya *The Ulu Langat Malay Co-operative Shop Society* pada tahun 1936 dan diikuti oleh *Malaya Co-operative Wholesale Society* pada tahun 1949. Penubuhan koperasi pengguna ini pada peringkat awalnya adalah bertujuan untuk menstabilkan harga barangan keperluan utama dan mengawal pembekalan barangan makanan terutamanya ketika negara menghadapi zaman darurat. Peranan penting yang dimainkan oleh koperasi pada masa tersebut telah membuktikan bahawa koperasi merupakan antara wadah utama yang mampu membantu kerajaan dalam menangani isu kepenggunaan. Justeru, sektor koperasi di negara ini perlu digerakkan secara

berkesan bagi memastikan ianya terus relevan dan memberi sumbangan signifikan bukan sahaja kepada ekonomi negara malah terhadap kebajikan sosial rakyat.

DKN 2011-2020 telah menyasarkan sumbangan perolehan koperasi pada tahun 2020 adalah berjumlah RM50 bilion melalui pelaksanaan pelbagai *entry-point project* (EPP) di bawah setiap bidang ekonomi utama termasuk RM12.6 bilion bagi sektor pemborongan dan peruncitan.

Justeru, penerbitan Blueprint Sektor Pemborongan dan Peruncitan Koperasi 2016-2020 ini adalah amat bertepatan sebagai rujukan dan panduan oleh koperasi-koperasi yang terlibat dalam sektor ini. Saya berharap agar *blueprint* ini akan dapat dimanfaatkan sepenuhnya oleh koperasi-koperasi yang terlibat bagi memastikan sasaran perolehan yang telah ditetapkan dapat dicapai.

Saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penerbitan *blueprint* ini terutamanya kepada koperasi-koperasi yang terlibat sektor pemborongan dan peruncitan, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, agensi-agensi yang berkaitan serta penggiat industri yang telah berkorban masa dan menyumbangkan buah fikiran.

Semoga semangat, kerjasama serta prinsip koperasi ini akan dapat diteruskan pada masa akan datang bagi memajukan sektor koperasi di negara ini.

Sekian, terima kasih.

YBHG DR. NOOR ZARI BIN HAMAT

BLUEPRINT



1.0 PENGENALAN

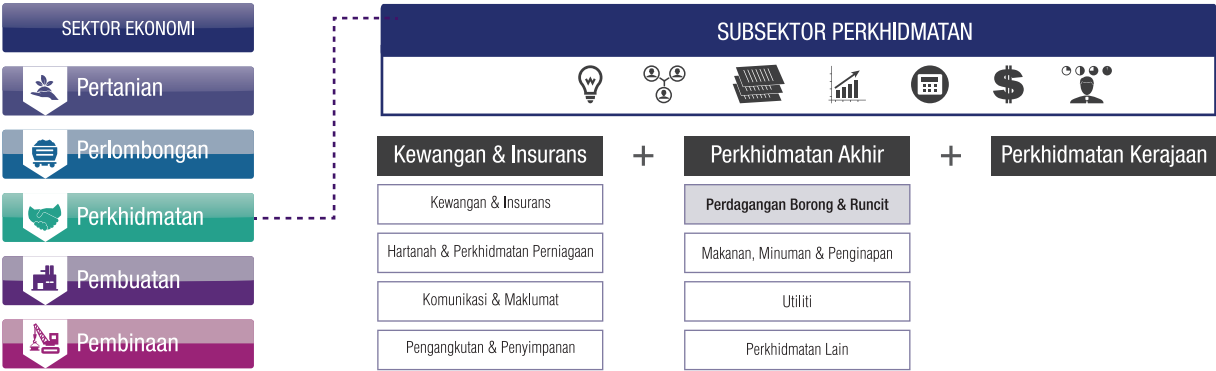
1.0 Pengenalan

1.1 Pemborongan dan peruncitan merupakan salah satu di antara aktiviti ekonomi penting yang memberikan sumbangan utama kepada pertumbuhan ekonomi, menyediakan peluang pekerjaan dan peningkatan daya keusahawanan serta meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Ianya meliputi semua proses yang berlaku di sepanjang rantai bekalan (*supply-chain*) seperti yang ditunjukkan dalam gambarajah di bawah yang merangkumi pengeluaran produk, pengumpulan, pengedaran, pemborongan dan peruncitan yang melibatkan pelbagai pihak terutamanya para peniaga dan pengguna.



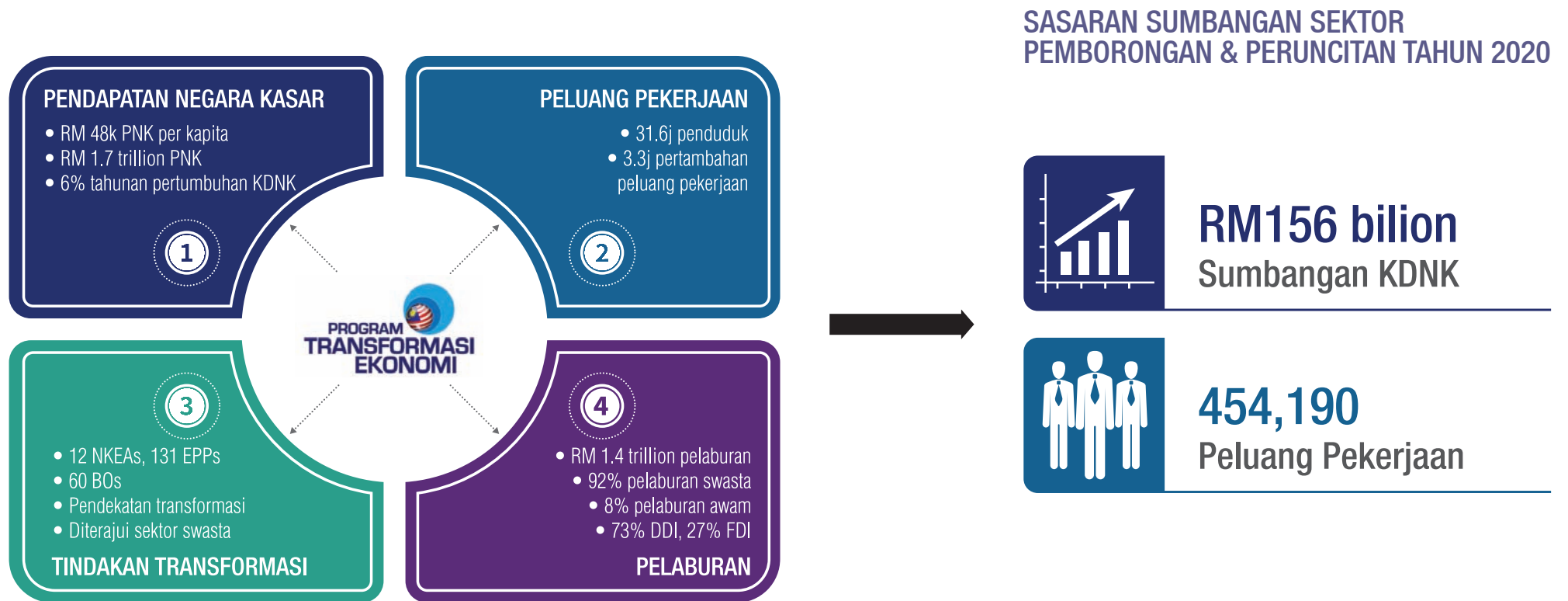
Rantaian Bekalan Dalam Sektor Pemborongan dan Peruncitan

1.2 Aktiviti pemborongan dan peruncitan merupakan salah satu sumber pendapatan penting bagi ekonomi Malaysia. Ianya merupakan salah satu subsektor ekonomi yang diklasifikasikan di bawah Sektor Perkhidmatan. Sepanjang tempoh RMK-10, subsektor ini mencatat kadar pertumbuhan purata tahunan sebanyak 6.7% manakala sumbangan kepada KDNK meningkat daripada 13.9% pada tahun 2011 kepada 14.7% pada tahun 2013. Guna tenaga dalam subsektor ini dijangka meningkat daripada 1.9 juta pada tahun 2011 kepada 2.4 juta pada tahun 2015 iaitu mewakili 17.5% daripada jumlah pekerjaan dalam sektor perkhidmatan. Dalam tempoh RMKe-11, subsektor ini dijangka akan mencapai kadar pertumbuhan tahunan purata sebanyak 5.8% dan menyumbang 14.7% kepada KDNK manakala guna tenaga dijangka meningkat kepada 2.9 juta menjelang tahun 2020.



1.3 Pertumbuhan berterusan subsektor perdagangan borong dan runcit terutamanya segmen perdagangan runcit adalah disebabkan oleh peningkatan dalam perbelanjaan swasta dan pelancong. Perdagangan runcit telah mencapai pertumbuhan yang tinggi dan mendapat pengiktirafan global. Pada tahun 2014, Malaysia berada pada kedudukan kesembilan daripada 30 ekonomi baharu muncul (*new emerging economies*) Global Retail Development Index 2014 oleh A.T. Kearney. Daya tarikan pasaran yang tinggi dan risiko yang rendah menunjukkan terdapat persaingan yang sengit di antara peruncit tempatan dan asing di Malaysia. Ketepuan pasaran yang tinggi memerlukan peniaga tempatan meneroka pasaran di luar negara untuk mengembangkan perniagaan.

- 1.4 Sektor pemborongan dan peruncitan juga merupakan salah satu daripada 12 Bidang Ekonomi Utama Nasional (NKEA) di bawah Program Transformasi Ekonomi (ETP). Sektor ini dijangka dapat memberikan sumbangan sebanyak RM156 bilion dan mencipta sebanyak 454,190 peluang pekerjaan menjelang tahun 2020 melalui pelaksanaan 13 projek permulaan [*Entry Point Project (EPP)*]. Sejak diperkenalkan pada tahun 2010, sektor ini telah menunjukkan prestasi yang cemerlang. Pada tahun 2013, nilai jualan pemborongan dan peruncitan meningkat sebanyak 43% kepada RM13.3 bilion daripada RM9.3 bilion pada tahun 2009.

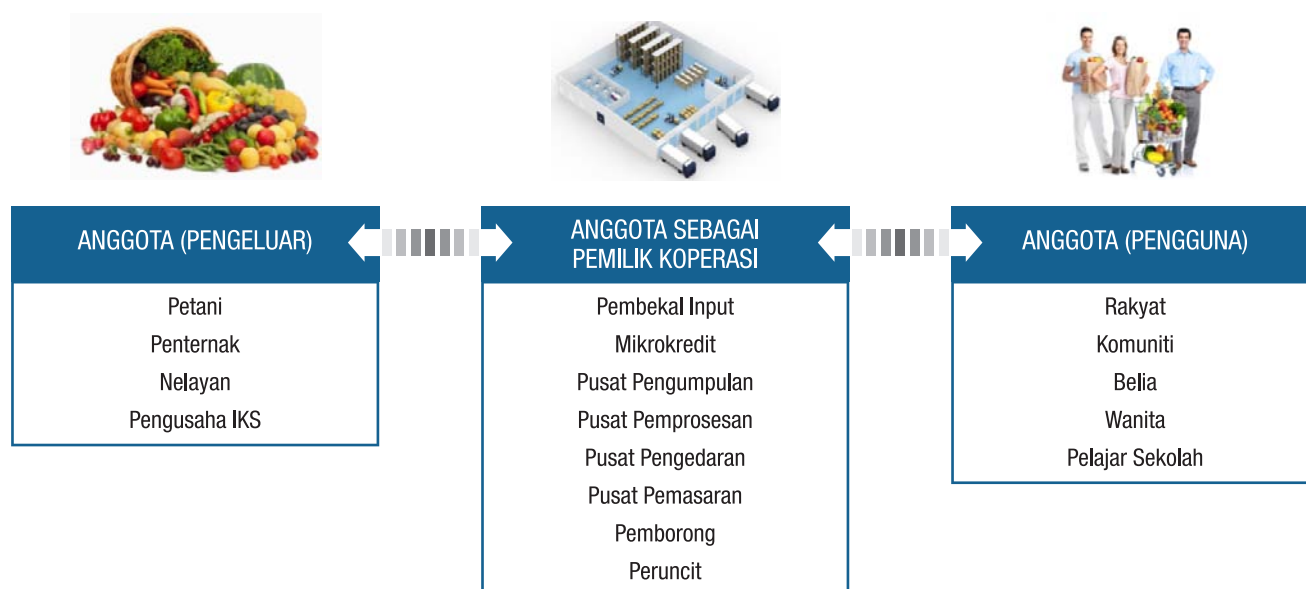




2.0 PENGLIBATAN KOPERASI DALAM SEKTOR PEMBORONGAN DAN PERUNCITAN

2.0 Penglibatan Koperasi Dalam Sektor Pemborongan dan Peruncitan

2.1 Penglibatan koperasi dalam aktiviti pemborongan dan peruncitan adalah bertepatan dengan konsep “*members-owned, members-produced, and members-consumed*” di mana koperasi yang dimiliki oleh anggota, bergabung tenaga dan modal mengeluarkan produk/barangan keperluan untuk kegunaan dan faedah bersama.



2.2 Dalam konteks koperasi, pemborongan dan peruncitan adalah meliputi aktiviti-aktiviti ekonomi seperti berikut:

- Pengeluaran produk/barangan
- Pemborongan (e.g. pusat pengumpulan dan pengedaran, dll)
- Peruncitan (kedai buku dan alat tulis, kedai runcit, pasaraya, hypermarket, dll)
- Jualan runcit minyak petrol dan diesel
- Perniagaan barangan elektrik dan perabot
- Perniagaan francais
- Kedai makan dan restoran

- 2.3 Penglibatan awal koperasi dalam aktiviti pemborongan dan peruncitan telah bermula sejak tertubuhnya The Ulu Langat Malay Co-operative Shop Society pada tahun 1936 dan juga Malaya Co-operative Wholesale Society pada tahun 1949. Tujuan kerajaan memperkenalkan dan menggalakkan penubuhan koperasi yang berteraskan aktiviti kepenggunaan pada masa tersebut adalah untuk menstabilkan harga barangan keperluan utama dan mengawal pembekalan barangan makanan terutamanya ketika negara menghadapi zaman darurat. Galakan ini ternyata mampu mewujudkan sebanyak 248 buah koperasi pengguna pada akhir tahun 1955. Prestasi dan perkembangan koperasi dari tahun 1949 hingga 1967 adalah ditunjukkan seperti Jadual 1.

Jadual 1 : Jumlah Jualan Consumer Co-operative Shops dan The Malayan Co-operative Wholesale Society Pada Tahun 1949 – 1957

Tahun	Consumer Co-operative Shops		Malayan Co-operative Wholesale Society
	Bilangan	Jualan \$'000	Jualan \$'000
1949	14	600	2
1950	21	1,089	133
1951	165	-	1,082
1952	230	11,943	5,109
1953	241	23,543	5,037
1954	241	21,937	3,373
1955	248	-	2,864
1956	242	-	2,976
1957	247	21,917	2,622

Sumber : Fredericks L.J. (1986). The Co-operative Movement in West Malaysia: Policy, Structure and Institutional Growth, Dept. of Publications, University Malaya



- 2.4 Sehingga 31 Disember 2014, terdapat sebanyak 4,916 koperasi pengguna telah berdaftar di Malaysia yang terdiri daripada 2,609 koperasi dewasa dan 2,307 koperasi sekolah. Butiran lanjut mengenai koperasi pengguna adalah seperti Jadual 2.

Jadual 2 : Perangkaan Koperasi Berdasarkan Fungsi Pengguna Pada 31 Disember 2014

Kluster	Bil Koperasi	Jumlah Anggota	Jumlah Perolehan (RM Juta)
Besar	26	44,048	453.21
Sederhana	82	140,717	200.91
Kecil	745	825,670	262.74
Mikro	4,063	1,737,725	209.90
JUMLAH	4,916	2,748,160	1,126.76



Sumber : Suruhanjaya Koperasi Malaysia

Berdasarkan Jadual 2 di atas dapat diperhatikan bahawa koperasi pengguna dalam kluster mikro mencatatkan bilangan koperasi serta jumlah anggota yang paling 'banyak dengan jumlah, masing-masing, 4,063 koperasi dan 1.7 juta orang anggota. Namun dari segi sumbangan perolehan, koperasi kluster mikro hanya menyumbang RM209.90 juta (19%) sahaja berbanding koperasi kluster besar sebanyak RM453.21 juta (40%) yang disumbangkan oleh hanya 26 buah koperasi.

2.5 Prestasi dan Pencapaian Koperasi Berdasarkan Aktiviti Dalam Sektor Pemborongan dan Peruncitan 2013 – 2015

Jadual 3 : Prestasi dan Pencapaian Koperasi 2013 - 2015

Aktiviti	Tahun					
	2013		2014		2015	
	Jumlah Turnover (RM)					
	Sasaran (RM' Juta)	Pencapaian (RM' Juta)	Sasaran (RM' Juta)	Pencapaian (RM' Juta)	Sasaran (RM' Juta)	Pencapaian (RM' Juta)
Pasaraya/Kedai Runcit	987	1,020	1,050	1,020	925	1,138
<i>Distribution Center (DC)/ Sub-DC</i>	47	66.7	49	62.95	26	81.48
Produk COOP1M	8	4.4	9	7.55	5	10.2
JUMLAH	1,042	1,091.2	1,108	1,090.5	956	1,229.68

Sumber : Suruhanjaya Koperasi Malaysia

2.6 Gerakan koperasi turut tidak terlepas memainkan peranan penting dalam menjayakan Program ETP. Penglibatan koperasi dalam ETP dapat diterjemahkan melalui pelaksanaan Dasar Koperasi Negara (DKN) 2011-2020 yang memberikan tumpuan terhadap enam (6) Bidang Ekonomi Utama (KEA) dimana salah satu bidang yang diberi tumpuan adalah sektor pemborongan dan peruncitan sebagai yang dijangka dapat memberikan sumbangan signifikan terhadap perolehan koperasi menjelang tahun 2020. Penglibatan koperasi dalam sektor ini dijangka dapat memberikan sumbangan perolehan sebanyak RM12.6 bilion dan mencipta sebanyak 24,880 peluang pekerjaan.



BLUEPRINT



3.0 BLUEPRINT SEKTOR PEMBORONGAN DAN PERUNCITAN SEBAGAI *"GAME CHANGER"*

3.0 Blueprint Sektor Pemborongan dan Peruncitan Sebagai “Game Changer”

3.1 Blueprint Sektor Pemborongan dan Peruncitan merupakan sebuah dokumen rujukan dan panduan kepada koperasi dalam melaksana dan memacu pelan tindakan bagi memperkasa penglibatan koperasi dalam sektor pemborongan dan peruncitan melalui penguasaan rantaian bekalan (*supply chain*) dan rantaian nilai (*value chain*) yang akan dilaksanakan melalui program “**Co-operative Strategic Linkages (CSL)**”. CSL merupakan suatu usaha/langkah untuk menghubungkan setiap pihak/proses yang terlibat dalam aktiviti pemborongan dan peruncitan yang sebelum ini dilaksanakan/bergerak secara bersendirian (silo).

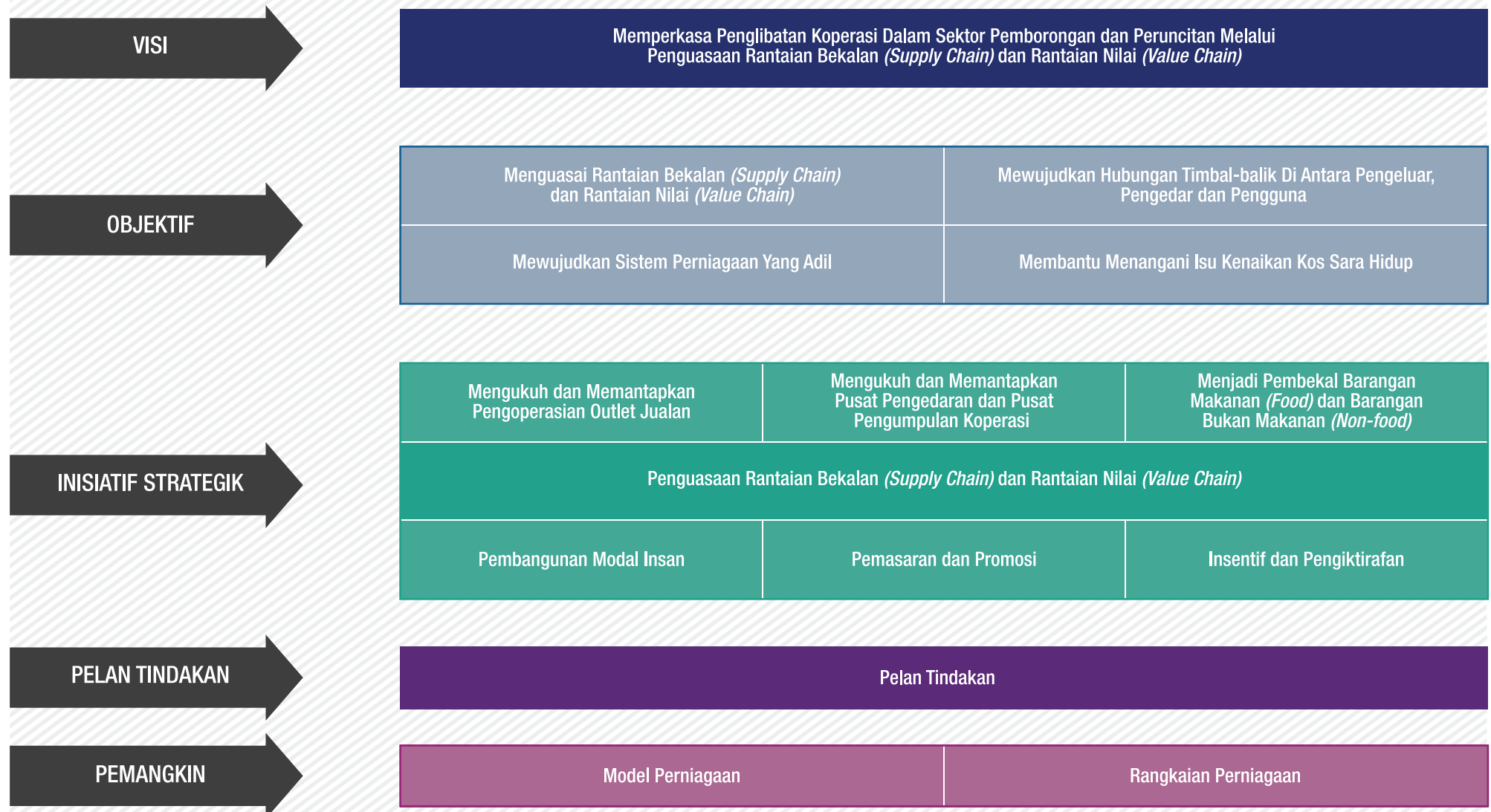


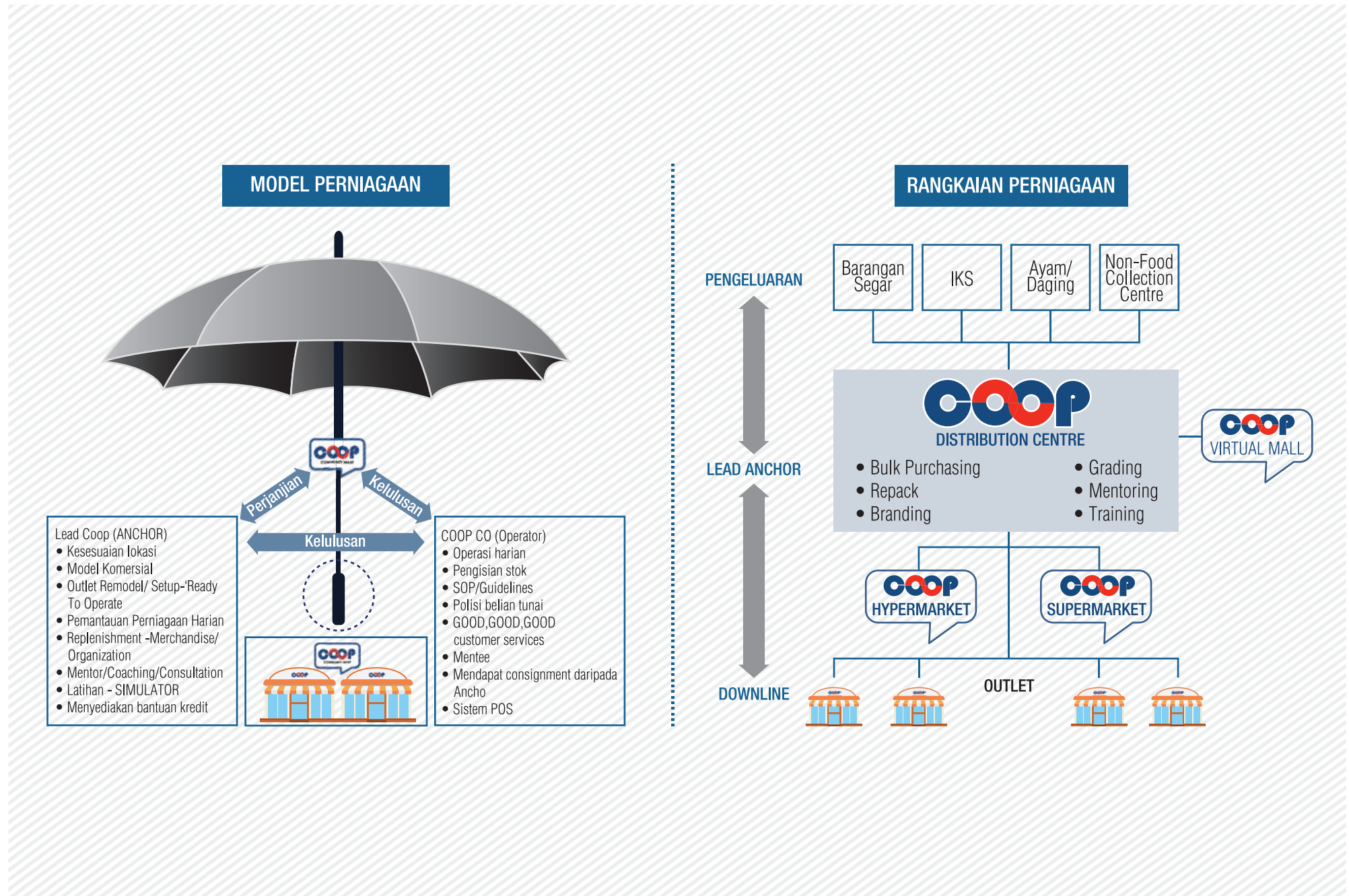
3.2 Blueprint ini merupakan pelengkap kepada DKN 2011-2020 yang memperincikan lagi strategi-strategi “*quick win*” yang dapat menghasilkan pulangan yang cepat (*early harvest*). Penerbitan blueprint ini adalah amat bertepatan sekali sebagai panduan kepada koperasi-koperasi terpilih yang akan menerajui sektor pemborongan dan peruncitan menjelang tahun 2020.

3.3 Blueprint ini menggariskan **TUJUH (7) INISIATIF STRATEGIK** bagi mempercepatkan pencapaian sasaran (quantum leap) sumbangan gerakan koperasi kepada pendapatan negara sebagaimana yang telah disasarkan di bawah DKN 2011-2020. Setiap inisiatif strategik yang diperkenalkan akan diterjemahkan melalui pelan tindakan yang bersesuaian bagi memastikan ianya dapat direalisasikan dan dilaksanakan.



Landskap Pemeraksanaan Koperasi Dalam Sektor Pemborongan dan Peruncitan







4.0 JADUAL PELAKSANAAN PELAN TINDAKAN SEKTOR PEMBORONGAN DAN PERUNCITAN 2016-2020

4.0 Jadual Pelaksanaan Pelan Tindakan Sektor Pemborong dan Peruncitan 2016-2020

INISIATIF STRATEGIK 1



Mengukuh dan Memantapkan Pengoperasian Outlet Jualan

Objektif :

- Meningkatkan aksesibiliti dan ketersediaan barangan kepada pengguna
- Outlet pemasaran kepada produk IKS bagi menggantikan produk nasional
- Menyediakan lebih banyak pilihan kepada pengguna (barang pengganti)
- Mengurangkan kebergantungan kepada produk nasional
- Platform untuk beralih mewujudkan bentuk perniagaan moden, tersusun & lebih sistematik (francais)

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
i. Memperkasa dan menambah bilangan outlet jualan (pelbagai format)	410	410	411	410	411	Outlet Jualan Pasaraya Besar, Pasaraya & Mini Market:- • Koperasi termasuk koperasi sekolah • Individu
• Pasaraya Besar (Hypermarket)	-	-	1	-	1	
• Pasaraya (Supermarket)	10	10	10	10	10	
• Mini Market	400	400	400	400	400	
ii. Membangunkan serta menambahbaik Sistem <i>Point-of-Sales</i> (POS)	• Membangunkan Sistem <i>Point-of-Sales</i> (POS)			• Menambah baik Sistem POS serta modul-modul yang bersesuaian mengikut keperluan semasa		Sistem dimiliki oleh DC Koperasi dan diseragamkan kepada Sub-DC dan outlet jualan di bawah rantaian bekalannya
iii. Mengadakan <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) bagi pengoperasian outlet jualan	• Mendokumenkan SOP yang seragam	• Mengkaji semula dan melakukan penambahbaikan SOP yang bersesuaian mengikut keperluan semasa				

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
iv. Memberikan perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan (<i>Customer Service</i>)	• Mengamalkan khidmat pelanggan semasa dan selepas jualan					Outlet Jualan
v. Mengenal pasti outlet jualan koperasi untuk dijadikan francaisor	• Rundingan dengan pihak PNS • Membangunkan francaisor • Mempromosikan kepada francaisi yang berpotensi					SKM, PNS, Outlet Jualan Koperasi

INISIATIF STRATEGIK 2



Mengukuh dan Memantapkan Pusat Pengedaran dan Pusat Pengumpulan Koperasi

Objektif :

- Menambah baik dan meningkatkan tahap kecekapan sistem penyampaian barangan
- Platform persediaan koperasi untuk mengembangkan perniagaan dalam bidang logistik & pengangkutan
- Menyediakan barang yang kualiti & mempunyai jangka hayat yang lebih lama (tamat tempoh lambat) kepada pengguna

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
i. Memperkasa pusat pengedaran yang berfungsi sebagai peneraju utama dan mentor (semua kategori DC dan Sub-DC)	22	22	22	22	22	Koperasi (kedai runcit, termasuk koperasi sekolah, pasaraya)
ii. Mengadakan SOP bagi pengoperasian DC yang merangkumi modul-modul seperti berikut:- • Retail, commercial & merchandising • Warehousing and distribution • IT System and data management • Marketing & Promotion • Store Operation management • Retail Finance • Online Business & Customer Service	• Mendokumenkan SOP yang seragam	• Mengkaji semula dan melakukan penambahbaikan SOP yang bersesuaian mengikut keperluan semasa				SKM, MKM, ANGKASA, Koperasi
iii. Meningkatkan kecekapan penggunaan ICT yang bersepadu (<i>Integrated System</i>)	• Membangunkan <i>Warehouse Management System</i> termasuk sistem pesanan (<i>ordering</i>) dan edaran barangan yang efisien • Membangunkan pangkalan data pelanggan			• Menambah baik sistem dan modul mengikut keperluan semasa		DC Koperasi berkolaborasi Sub-DC

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
iv. Mewujudkan pusat latihan/simulator pengoperasian DC	• Memberi latihan modal insan yang berterusan kepada pekerja DC dan Outlet Jualan di bawah rangkaian DC berkenaan • Melakukan penambahbaikan modul latihan/simulator mengikut keperluan semasa					SKM, MKM, Koperasi (DC)
v. Pembelian secara pukal dan membungkus semula dalam kuantiti yang kecil	• Membungkus semula produk kepada kuantiti yang kecil mengikut citarasa dan kehendak pelanggan					Koperasi DC
vi. Memperkukuh keupayaan penyediaan perkhidmatan pengangkutan	• Mengenal pasti rakan strategik bagi menyediakan perkhidmatan pengangkutan secara <i>outsourcing</i> • Menambah aset dan fasiliti logistik secara <i>localize</i> • Memperluaskan perkhidmatan sedia ada • Perluas daripada <i>localize</i> kepada zoning dan <i>nationwide</i> • Pengedaran barangan yang konsisten dan berterusan • Pengoperasian DC secara Auto-Pilot					DC Koperasi berkolaborasi
vii. Meningkatkan kecekapan dan kapasiti infrastruktur	• Mengadakan kemudahan bilik sejuk beku (<i>coldroom</i>) dan pusat pembungkusan					DC Koperasi berkolaborasi
viii. Memperkukuhkan peranan Pusat Pengumpulan (<i>Collection Centre - CC</i>)	• Mengumpul produk-produk usahawan IKS dan anggota koperasi • Menjalinkan rangkaian bekalan melalui DC • Berfungsi sebagai <i>trading house</i> untuk pasaran domestik dan eksport • Mengenalpasti produk-produk berpotensi untuk dibangunkan dan dipasarkan • Membangunkan pangkalan data pembekal produk					SKM, Koperasi (DC, Groombig) Koperasi pengeluar barangan segar Koperasi pengeluar produk hiliran

INISIATIF STRATEGIK 3



Menjadi Pembekal Barangan Makanan (*Food*) dan Barangan Bukan Makanan (*Non-Food*) Secara Konsisten dan Berterusan

Objektif :

- Mengawal dan menstabilkan harga barang
- Memastikan bekalan barang yang konsisten dan mencukupi
- Menggalakkan pengeluaran & pertumbuhan industri hulu & hiliran yang diusahakan oleh koperasi/pengusaha IKS

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
Sub- Inisiatif Strategik I : Koperasi Sebagai Pusat Pengumpulan dan Pembekal Bahan-Bahan Segar						
i. Pusat Pengumpulan dan Pembekal Bahan-bahan Segar • Hasil Laut • Sayur & Buah • Daging	• Membangunkan pangkalan data pelanggan bagi menentukan kapasiti bekalan • Mengenal pasti sumber bekalan daripada peserta ladang kontrak • Membentuk kerjasama strategik dengan FAMA, LKIM, LPP, dll serta NGOs seperti NEKMAT dan NAFAS bagi memanfaatkan infrastruktur sedia ada yang boleh diguna pakai • Mendapatkan modal yang mencukupi sebagai pemborong • Mengumpul dan membekal bahan-bahan segar secara konsisten dan berterusan kepada pemborong dan peruncit					Usahawan Koperasi Pertanian Koperasi FAMA
Sub-Inisiatif Strategik II : Koperasi Sebagai Pemborong dan Pembekal Produk Nasional						
i. Pemborong Barang-barang FMCG yang dikeluarkan/ dibekalkan oleh pengeluar/ pembekal utama (national brand)	• Membangunkan pangkalan data pelanggan bagi menentukan kapasiti bekalan • Mengadakan rundingan dan kerjasama dengan pengeluar/ pembekal utama barangan FMCG seperti Nestle, Lam Soon, Permanis, F&N, P&G dan Unilever bagi melantik koperasi sebagai dealer/ pemborong • Mendapatkan modal yang mencukupi untuk bertindak sebagai pemborong melalui usahasama atau gabungan aktiviti antara koperasi • Menjadi pemborong dan membekalkan barang-barang FMCG secara konsisten dan berterusan kepada pemborong dan peruncit di bawah rangkaian					DC Koperasi

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
Sub-Inisiatif Strategik III : Koperasi Sebagai Pemborong dan Pembekal Barang-Barang Asas Perlu / Kawalan						
i. Pemborong Barang-barang Asas Perlu/ Kawalan • Gula • Beras • Tepung • Minyak Masak	• Membangunkan pangkalan data pelanggan bagi menentukan kapasiti bekalan • Membentuk jawatankuasa rundingan untuk berbincang dengan pihak Kerajaan mengenai peruntukan kuota kepada koperasi • Mendapatkan modal yang mencukupi untuk bertindak sebagai pemborong utama melalui usahasama atau gabungan aktiviti antara koperasi • Mendapatkan Lesen AP barang kawalan • Mengadakan usahasama dengan miller/packer yang berlesen bagi mendapatkan bekalan yang mencukupi • Memiliki kilang memproses barang-barang kawalan samada secara pemilikan ekuiti atau baharu • Membekal barang-barang asas perlu secara konsisten dan berterusan kepada pemborong dan peruncit					Usahawan Koperasi Pertanian Koperasi FAMA
Sub-Inisiatif Strategik IV : Pembangunan Produk Koperasi						
i. Mengukuh dan memantapkan produk koperasi • Produk keluaran koperasi (Jumlah SKU) • Produk Champion (Jumlah SKU) • Produk untuk dieksport (Jumlah SKU) • Produk untuk dipasarkan ke Pasaraya Besar (Hypermarket) (Jumlah SKU)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	Koperasi Pengusaha & Pengilang Ubi Selangor Berhad (KROUPANG) Koperasi Groombig Koperasi yang terlibat dalam Industri Asas Tani Koperasi FAMA SKM, ANGKASA, Pusat pengumpulan SKM, ANGKASA, Pusat pengumpulan SKM, ANGKASA, Pusat pengumpulan

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
ii. Pemilikan kilang memproses dan membuat produk keluaran koperasi	2	2	2	2	2	Koperasi yang mempunyai kilang memproses dan membuat produk
iii. Meningkatkan bina upaya produk koperasi	• Mendapatkan pensijilan yang bersesuaian bagi produk keluaran koperasi (Halal, GMP, MeSTI, HACCP, dll) • Mendaftar paten dan cap dagang produk • Pemasaran dan jualan produk dalam pasaraya besar • Pemasaran dan jualan produk dalam ke luar negara • Membekal produk keluaran koperasi/IKS sedia ada dan baharu secara konsisten dan berterusan kepada pemborong dan peruncit					SKM Kementerian Kesihatan Malaysia Kementerian Perdagangan Antarabangsa & Industri SIRIM MyIPO Yayasan Inovasi Malaysia

INISIATIF STRATEGIK 4



Penguasaan Rantaian Bekalan (*Supply Chain*) dan Rantaian Nilai (*Value Chain*)

Objektif :

- Mengekang manipulasi & mengurangkan pemeringkatan orang tengah
 - Naikkan harga
 - Sorok barang
 - Seludup barang
 - Salah guna subsidi
- Memperkasa kuasa beli (*bargaining power*)
- Pengurusan secara profesional
- Moden dan dilengkapi dengan sistem integrasi di antara DC, outlet dan juga pembelian

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
i. Membina rangkaian perniagaan dan penguasaan daripada peringkat pengeluaran bekalan hingga kepada pengguna	<pre> graph LR A[Penguasaan bekalan] --> B[Pembelian Pukal] B --> C[Penguasaan Logistik dan Pengangkutan] C --> D[Outlet Koperasi] </pre>					Koperasi Sektor Pemborongan dan Peruncitan

INISIATIF STRATEGIK 5



Pembangunan Modal Insan Bagi Meningkatkan Tahap Profesionalisma dan Sistem Penyampaian Perkhidmatan

Objektif

- Melahirkan lebih ramai usahawan
- Koperasi sebagai bentuk/struktur perniagaan yang menjadi pilihan utama
- Tiada perbezaan antara outlet koperasi dengan outlet runcit moden yang lain
- Meningkatkan tahap kecekapan dan kemahiran pekerja koperasi
- Meningkatkan sistem penyampaian perkhidmatan (*Delivery System*)
- Mewujudkan golongan pelapis untuk menerajui koperasi (*Ageing Coop Population*)
- Menarik minat orang ramai untuk sertai koperasi

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
i. Melatih lebih ramai tenaga kerja profesional sektor pemborongan dan peruncitan melalui koperasi • DC – 7 Pekerja (<i>Store Manager, Assistant Store Manager, Management Trainee, 4 Sales Associate</i>) • Outlet Jualan pelbagai format – 2 pekerja (<i>Supervisor, Sales Assistant</i>)	140	140	140	140	140	SKM, MKM, Mentor, Koperasi (DC dan Outlet Jualan)
	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	
ii. Mewujudkan platform kerjasama melalui perbincangan secara berkala antara DC dan Outlet, DC dan Pembekal/Pengilang	Pelaksanaan Berterusan					SKM, MKM, Koperasi DC

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
iii. Mengadakan kerjasama strategik secara NBOS dengan MITI, MOA, Kementerian Belia, Kementerian Wanita dan lain-lain kementerian/agensi Kerajaan bagi mendapatkan khidmat nasihat dan kepakaran mereka serta menggunakan kemudahan pusat latihan	 Pelaksanaan Berterusan					SKM dan semua agensi terlibat
iv. Mengadakan program coaching dan mentoring secara berkala dan berterusan dengan menggunakan modul yang ditetapkan bagi memastikan perniagaan koperasi berada di landasan yang betul	 Pelaksanaan Berterusan					SKM, MKM dan ANGKASA
v. Mengadakan program latihan secara berkala dan berterusan melalui kemudahan simulator dan inkubator	 Pelaksanaan Berterusan					SKM, MKM dan ANGKASA
vi. Mengaplikasi SOP pemborongan dan peruncitan yang seragam melalui pembangunan modul yang bersesuaian.	 Pelaksanaan Berterusan					SKM, MKM, Koperasi (DC, Outlet Jualan dan Pusat Pengumpulan)
vii. Membina upaya tenaga kerja yang cekap dan berkemahiran dalam pengurusan DC dan outlet	 Pelaksanaan Berterusan					SKM, MKM dan ANGKASA
viii. Mengadakan program sandaran/sangkutan (<i>attachment</i>) dengan industri yang besar dan berjaya	 Pelaksanaan Berterusan					SKM, MKM, agensi berkaitan dan Koperasi (DC dan Outlet Jualan)

INISIATIF STRATEGIK 6



Pemasaran dan Promosi

Objektif

- Meluaskan pasaran produk koperasi
- Persediaan menembusi pasaran luar negara
- Mengubah persepsi masyarakat mengenai produk keluaran koperasi tempatan
- Meningkatkan kesedaran tentang kebaikan & kelebihan produk tempatan

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
i. Membuat kajian pasaran dan kajian kepenggunaan bagi mengenal pasti penerimaan pengguna dan menambah baik produk	• Mendapatkan input daripada outlet jualan • Memaklumkan kepada pembekal bagi penambahbaikan produk					Koperasi (DC dan Outlet Jualan)
ii. Mengambil bahagian dalam program-program promosi kementerian serta agensi Kerajaan seperti KPDNKK, MITI, MOA, MATRADE, HDC, SME Corp, FAMA dan agensi-agensi lain yang bertanggungjawab dalam mempromosikan produk keluaran koperasi dan IKS	Pelaksanaan Berterusan					SKM, Agensi Kerajaan, Koperasi
iii. Mempromosi produk-produk yang mendapat sambutan (<i>killer product</i>) keluaran koperasi dan IKS serta konsep outlet jualan yang berjaya melalui media cetak, media elektronik dan media sosial.	Pelaksanaan Berterusan					Koperasi (DC dan Outlet Jualan)

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
iv. Mewujudkan perniagaan berkonsepkan atas talian (<i>virtual mall</i>)	● Membangunkan sistem perniagaan atas talian		 Pelaksanaan Berterusan			Outlet Jualan dan Koperasi (Pusat Pengumpulan dan DC)
v. Mempromosi produk keluaran melalui pendekatan ' <i>rack system</i> ' di outlet-outlet koperasi	 Pelaksanaan Berterusan					Outlet Jualan dan Koperasi (DC dan Sub-DC)
vi. Promosi bergerak (secara berkala dan berjadual) melalui ' <i>mobile truck</i> ' bagi produk keluaran IKS	 Pelaksanaan Berterusan					Koperasi DC dan koperasi-koperasi lain yang berminat
vii. Strategi pemasaran secara berterusan (<i>Business Intelligent Unit</i>) e.g. <i>Year End Sales, Stock Clearance, Hot Promo, Big Deal</i> , dll	 Pelaksanaan Berterusan					Outlet Jualan dan Koperasi (DC dan Sub-DC)
viii. Pengantarabangsaan produk termasuk tugas-tugas pengumpulan fakta dan eksploratori	● Negara-negara ASEAN ● Negara-negara yang terlibat di bawah perjanjian TPPA ● Negara-negara lain					SKM, ANGKASA, MITI, MATRADE, SIRIM, HDC, Outlet Jualan dan Koperasi (DC dan Pusat Pengumpulan)

INISIATIF STRATEGIK

7



Insentif dan Pengiktirafan

Objektif

- Menyediakan sumber dana yang mencukupi
- Menggalakkan usahasama & pelaburan dalam kalangan koperasi
- Menggalakkan persaingan yang sihat

Pelan Tindakan	Tindakan Utama					Pelaksana
	2016	2017	2018	2019	2020	
i. Mewujudkan sumber dana dalaman yang mencukupi bagi memastikan kelangsungan perniagaan koperasi.	Pelaksanaan Berterusan					SKM, Bank Rakyat, ANGKASA, KOPSYA, Co-opbank dan Koperasi DC
ii. Mengadakan kerjasama strategik secara NBOS dengan agensi Kerajaan seperti MARA, TEKUN, SME Corp dan lain-lain agensi serta institusi kewangan pembangunan (<i>development financial institution</i>) yang berkaitan bagi memanfaatkan sumber dana sedia ada yang ditawarkan oleh agensi berkenaan	Pelaksanaan Berterusan					SKM dan agensi-agensi lain yang terlibat dalam menyediakan pembiayaan
iii. Mengadakan rundingan dengan pihak Kerajaan bagi (Kementerian Kewangan) mendapatkan peruntukan kewangan/ dana khas yang bersesuaian kepada koperasi	Pelaksanaan Berterusan					SKM, ANGKASA dan Koperasi DC
iv. Memberi pengiktirafan kepada koperasi-koperasi yang berjaya melalui pemberian insentif bukan kewangan seperti anugerah koperasi terbaik dan lawatan keluar negara bagi menggalakan penglibatan koperasi serta mewujudkan persaingan yang sihat	• <i>Customer Rating</i> • Anugerah Outlet Harga Patut • Anugerah Tadbir Urus Terbaik (DC dan Outlet) • Anugerah Jualan Tertinggi					SKM, MKM, ANGKASA Anggota Koperasi

Milestone Pelan Tindakan





5.0 MEKANISME PELAKSANAAN PELAN TINDAKAN SEKTOR PEMBORONGAN DAN PERUNCITAN 2016-2020

5.0 Mekanisme Pelaksanaan Pelan Tindakan Sektor Pemborongan dan Peruncitan 2016-2020

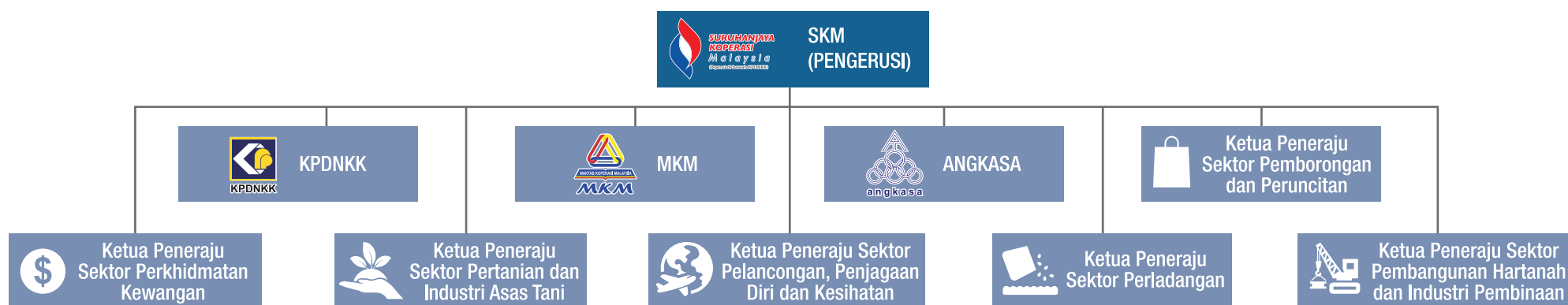
Pelan tindakan yang digariskan di dalam blueprint ini akan dilaksanakan secara kerjasama dalam kalangan koperasi yang terlibat dalam sektor pemborongan dan peruncitan yang akan bergabung tenaga, modal dan kepakaran bagi meningkatkan pendapatan koperasi sebanyak RM12.6 bilion menjelang tahun 2020. Bagi memastikan sasaran tersebut dapat dicapai samada tepat pada masanya atau lebih awal, maka pelan tindakan tersebut hendaklah dilaksanakan secara sistematik dan memerlukan peneraju bagi memandu pelaksanaan pelan tindakan tersebut mengikut landasan yang betul. Terdapat **EMPAT (4) PERINGKAT PELAKSANAAN** dalam melaksanakan pelan tindakan yang telah digariskan iaitu:

PERINGKAT 1 : PERMULAAN

Bagi memastikan keberkesanan dan kelancaran pelaksanaan pelan tindakan yang digariskan dalam blueprint ini, dua (2) jawatankuasa utama akan dibentuk dengan fungsi seperti berikut:

- i. Jawatankuasa Pemandu Peneraju Sektor
 - a. Menentukan dasar dan halatuju pelaksanaan pelan tindakan; dan
 - b. Melulus dan mengesahkan skop aktiviti, perancangan dan perubahan pelan tindakan sekiranya perlu.

Carta 1 : Struktur Tadbir Urus Jawatankuasa Pemandu Peneraju Sektor



- ii. Jawatankuasa Pelaksana Peneraju Sektor Pemborongan dan Peruncitan
 - a. Merancang dan melaksanakan pelan tindakan yang telah ditetapkan;
 - b. Menganalisa, membuat kajian & memantau pelaksanaan pelan tindakan;
 - c. Menyediakan status kemajuan pelan tindakan kepada jawatankuasa pemandu secara berkala; dan
 - d. Membuat kajian semula impak/perancangan pelan tindakan secara berkala.

Carta 2 : Struktur Tadbir Urus Jawatankuasa Pelaksana Peneraju Sektor Pemborongan dan Peruncitan



PERINGKAT 2 & 3 : PENGHASILAN MODUL PERNIAGAAN MENGIKUT SKOP

Pada peringkat ini, setiap koperasi yang terlibat dalam empat (4) bidang keberhasilan [*key area* (KA)] seperti berikut dikehendaki menghasilkan modul perniagaan yang bersesuaian:

KA 1	KA 2	KA 3	KA 4
 Penguasaan Bekalan	 Pembelian Pukal	 Penguasaan Logistik & Pengangkutan	 Outlet Jualan Koperasi

PERINGKAT 4 : PELAKSANAAN (ROLL-OUT)

Tempoh masa bagi melaksanakan pelan tindakan yang digariskan dalam blueprint ini adalah bermula pada tahun 2016 hingga 2020 yang akan dibahagikan kepada tiga (3) fasa seperti berikut:

- i. Jangkamasa Pendek : 2016
- ii. Jangkamasa Sederhana : 2017 – 2018
- iii. Jangkamasa Panjang : 2019 – 2020



BLUEPRINT



6.0 IMPAK PELAKSANAAN

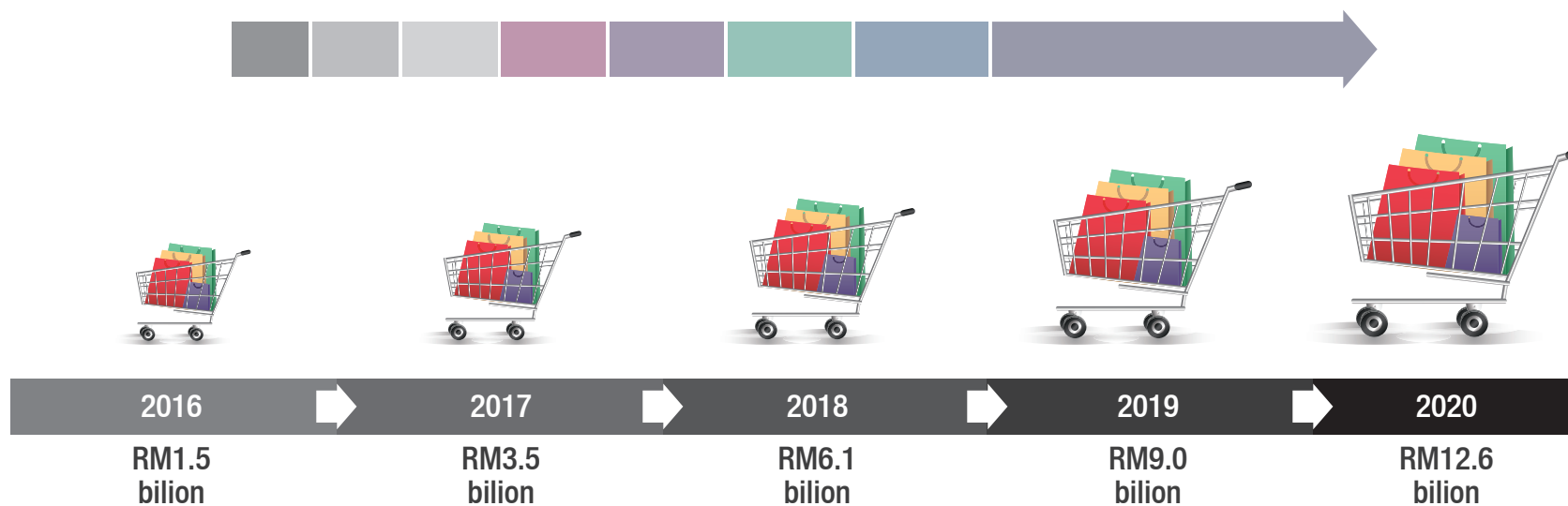
6.0 Impak Pelaksanaan

Impak pelaksanaan pelan tindakan dalam Blueprint Sektor Pemborongan dan Peruncitan ini dapat dilihat daripada dua (2) aspek iaitu ekonomi dan sosial.

6.1 Impak Ekonomi

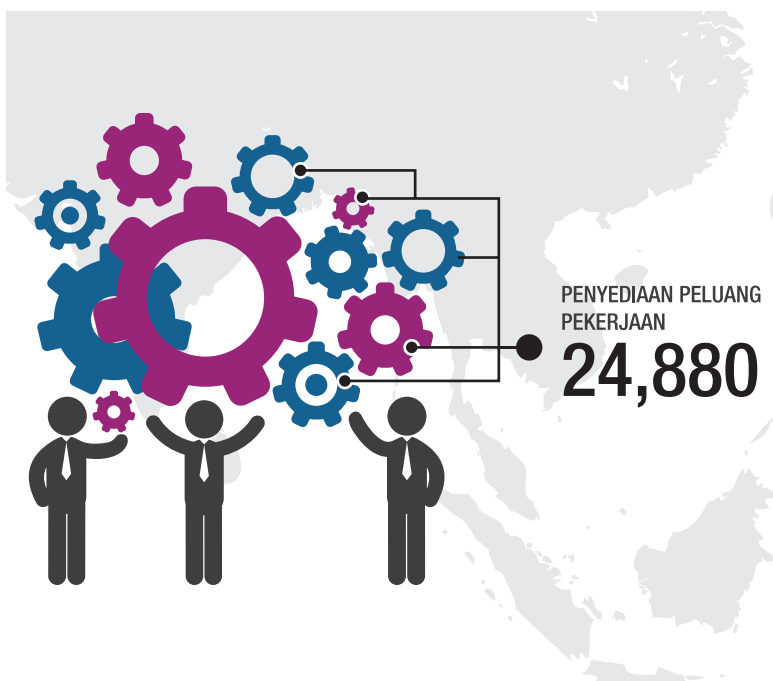
6.1.1 Peningkatan Perolehan Koperasi

Berdasarkan jangkaan seperti yang diramalkan dalam RMK-11, prospek penglibatan koperasi dalam sektor pemborongan dan peruncitan juga adalah positif dengan sasaran sumbangan perolehan berjumlah RM12.6 bilion menjelang tahun 2020. Sasaran perolehan ini dijangka akan disumbangkan daripada pengukuhan aktiviti-aktiviti disepanjang rantai bekalan iaitu aktiviti pengeluaran produk koperasi, pusat pengumpulan dan edaran dan pertambahan outlet jualan koperasi.



6.1.2 Penyediaan Peluang Pekerjaan

Selain itu, pelaksanaan inisiatif strategik yang telah digariskan dalam blueprint ini juga dijangka dapat menyediakan peluang pekerjaan kepada seramai 24,880 orang pekerja dengan pakej gaji minimum serta mengikut kadar pasaran.



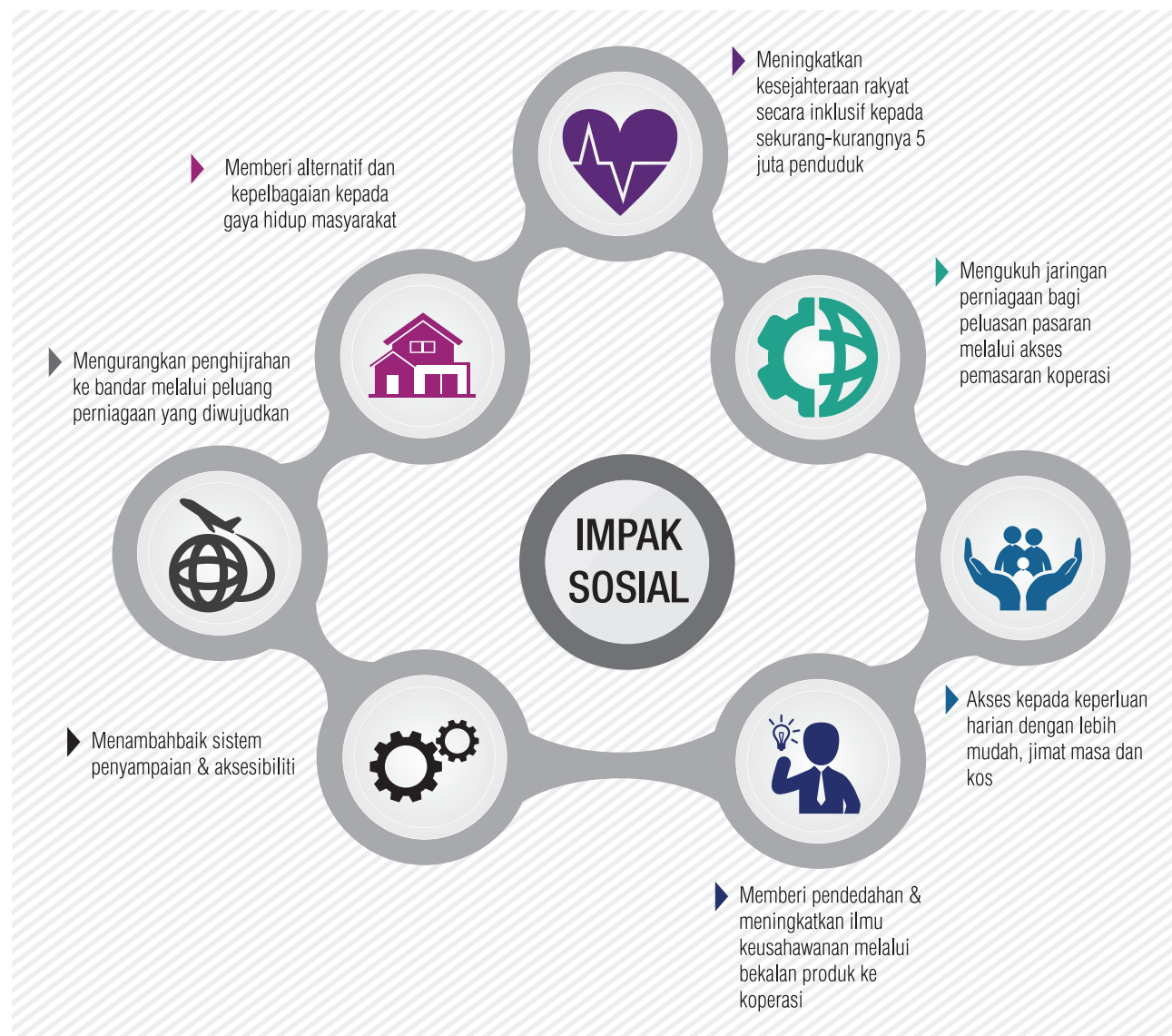
6.1.3 Membantu Mengurangkan Kenaikan Kos Sara Hidup

Penglibatan koperasi sebagai pengeluar dan pengedar produk koperasi dapat meningkatkan pendapatan serta memberikan kepelbagaian pilihan barang-barang pengganti yang mempunyai kualiti yang setanding dengan produk nasional dengan harga yang berpatutan.



6.2 Impak Sosial

- 6.2.1 Penglibatan koperasi-koperasi yang berasaskan komuniti seperti koperasi kariah masjid, koperasi keluarga, koperasi taman-taman perumahan dan juga Koperasi Bela Rakyat dalam aktiviti pemborongan dan peruncitan dapat membantu rakyat/anggota yang berpendapatan rendah (B40) meningkatkan taraf hidup melalui penyediaan platform perniagaan tidak formal seperti jualan kuih-muih yang mampu menambah pendapatan golongan ini dan keluar daripada garisan kemiskinan.
- 6.2.2 Sektor pemborongan dan peruncitan juga menyediakan ruang dan peluang perniagaan kepada golongan siswazah, belia dan ibu tunggal serta komuniti masyarakat yang bukan sahaja meningkatkan pendapatan malah memberi pendedahan dan meningkatkan ilmu keusahawanan dan perniagaan.
- 6.2.3 Keuntungan yang dijana oleh koperasi melalui aktiviti pemborongan dan peruncitan dapat meningkatkan kebajikan anggota melalui pemberian dividen serta manfaat-manfaat lain seperti khairat kematian, dermasiswa dan manfaat perubatan.
- 6.2.4 Pembukaan kedai-kedai runcit koperasi di kawasan luar bandar dan pedalaman dapat menambah baik aksesibiliti/kebolehdapatan produk dan sistem penyampaian perkhidmatan. Penduduk di kawasan luar bandar tidak perlu lagi ke bandar untuk mendapatkan barangan keperluan dan dapat membuat bayaran-bayaran bil setempat di kedai koperasi yang menawarkan perkhidmatan berkenaan.
- 6.2.5 Penglibatan koperasi dalam aktiviti di sepanjang rantai bekalan dapat mengukuh jaringan (*networking*) serta kerjasama di kalangan koperasi. Pemantapan jaringan dan kerjasama ini penting bagi perluasan pasaran bukan sahaja di dalam negara malah dapat membantu memasarkan produk-produk keluaran koperasi ke luar negara.



BLUEPRINT

SEKTOR PEMBORONGAN & PERUNCITAN KOPERASI
2016 – 2020



"Memperkasa Jaringan, Mengukuh Rantai"