

Shopeera perkasa perniagaan koperasi

Platform e-dagang terbaru bantu ahli dapat akses pasaran lebih luas

Oleh Nurhayati Abillah
nurhayatiabillah@bh.com.my

Portal e-dagang terbaru, Shopeera, akan dijadikan platform untuk memasarkan produk dan perkhidmatan gerakan koperasi di pasaran Malaysia dan rantau ASEAN.

Pengarah Eksekutif/Ketua Pegawai Eksekutif Kumpulan MyAngkasa Holdings Sdn Bhd (MHSB), Shaharuddin Mohamed, berkata Shopeera adalah hasil kerjasama pihaknya dengan Pertubuhan Koperasi ASEAN (ACO) dan syarikat D&B Concepts Sdn Bhd.

Beliau berkata, pelancaran pla-

tform e-dagang terbaru itu sebagai usaha membantu ahli koperasi mendapat akses pasaran dengan lebih meluas.

Manfaat 13,000 koperasi

"Ia mampu memberi manfaat kepada lebih 13,000 koperasi di seluruh negara untuk menerokai pasaran atas talian secara menyeluruh bukan saja bagi pasaran domestik, tetapi juga di peringkat rantau ASEAN.

"Shopeera juga menyediakan platform atas talian eksklusif kepada peniaga untuk menyenarai, menjual dan mempromosikan produk serta perkhidmatan mereka dalam dagangan maya de-



Shopeera

→ Shopeera disasar menjadi sebahagian inisiatif memulakan Program e-Kerjasama ke seluruh ASEAN

→ Portal bakal diketengahkan ke 13 negara utama di rantau ASEAN termasuk China, Jepun dan Korea

→ Menawarkan mata ganjaran dan rebat kepada pelanggan



[FOTO ZULFADHLI ZULKIFLI/BH]

Mutadho (tiga dari kiri) bertukar dokumen MoU dengan Phan pada majlis prapelancon dan majlis menandatangani MoU Shopeera di Kelana Jaya, semalam.

ngan pembastangan pelbagai vendor," katanya.

Beliau berkata demikian selepas prapelancon dan majlis menandatangani memorandum persepahaman, portal e-dagang, Shopeera di Kelana Jaya, semalam. Portal terbabit dijangka dilancarkan secara rasmi bulan depan.

Sasar tarik 7.4 juta pengguna

Majlis prapelancon itu disempurnakan Naib Presiden Angkatan Koperasi Kebangsaan Malaysia Bhd (ANGKASA), Mutadho Bahri dan turut dihadiri Ketua Pegawai Eksekutif D&B Concepts Sdn Bhd, Daniel Phan.

Sementara itu, Phan berkata, se-

bagai permulaan pihaknya menyasarkan Shopeera mampu menarik 7.4 juta pengguna yang merangkumi ahli koperasi di seluruh negara.

"Dalam tempoh tiga bulan ini, kami sasar untuk meraih RM3 juta nilai transaksi sebulan menerusi penjualan produk yang disediakan dalam platform e-dagang terbaru ini.

"Ada lebih 20,000 produk merangkumi pelbagai segmen seperti makanan dan minuman; fesyen; kelengkapan rumah dan gajet dijual dalam Shopeera," katanya.

Beliau berkata, pihaknya memperuntukkan kira-kira RM500,000 bagi kos permulaan portal ber-

kenaan termasuk penyediaan pejabat serta promosi.

"Harga produk serta perkhidmatan ditawarkan dalam Shopeera adalah 20 peratus lebih rendah berbanding harga pasaran dan ia menyediakan pelbagai rangkaian produk dari dalam dan luar negara," katanya.

Melangkah ke hadapan, Phan berkata, pihaknya akan menerokai pasaran luar negara bagi memperluaskan pasaran portal itu.

"Setakat ini kita akan memfokuskan pasaran domestik tetapi berusaha untuk mencapai sasaran pasaran ke enam negara antaranya Indonesia, Filipina dan China sebelum akhir tahun ini," katanya.