

RINGKASAN EKSEKUTIF

PRESTASI EKONOMI INDUSTRI KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA

Sehingga akhir tahun 2019, industri komunikasi dan multimedia mewakili sebanyak 8.4% atau RM144.01 bilion daripada jumlah keseluruhan permodalan pasaran Bursa Malaysia sebanyak RM1,711.84 bilion (2018: 8.1% atau RM137.73 bilion). Permodalan pasaran industri komunikasi dan multimedia telah meningkat sebanyak 4.6%, didorong oleh sektor telekomunikasi. Peningkatan ini didorong oleh kenaikan harga saham syarikat telekomunikasi, yang dipacu oleh pengumuman korporat seperti inisiatif 5G, pelancaran produk baru, kolaborasi dan prestasi kewangan.

Dari segi prestasi kewangan, hasil terkumpul bagi industri komunikasi dan multimedia peringkat domestik pada tahun 2019 adalah RM43.37 bilion, menurun sebanyak 3.7% (2018: RM45.02 bilion). Penurunan ini adalah kesan daripada persaingan yang sengit serta perkhidmatan OTT yang menghakis hasil perkhidmatan tradisional. Mengikut sektor, telekomunikasi mencatatkan hasil sebanyak RM34.8 bilion pada tahun 2019, menurun sebanyak 2.8% (2018: RM35.8 bilion). Hasil sektor penyiaran pula adalah RM5.88 bilion pada tahun 2019, menurun sebanyak 8.6% (2018: RM6.43 bilion). Sementara itu, hasil sektor pos dan kurier berjumlah RM2.69 bilion pada tahun 2019, menurun sebanyak 3.6% (2018: RM2.79 bilion).

Berkenaan keberuntungan sektor telekomunikasi, purata margin Perolehan Sebelum Faedah, Cukai, Susut Nilai dan Pelunasan (EBITDA) adalah sebanyak 42% (2018: 37%) dan purata margin Perolehan Sebelum Faedah dan Cukai (EBIT) adalah 24% (2018: 21%). Margin telah meningkat dalam tempoh tersebut disebabkan oleh inisiatif pengoptimuman kos yang menyebabkan pengurangan kos operasi/kendalian.

Perbelanjaan modal sektor telekomunikasi telah menurun selama tiga tahun berturut-turut. Pada tahun 2019, jumlah perbelanjaan modal mencecah RM4.61 bilion (2018: RM5.21 bilion). Akibatnya, nisbah perbelanjaan modal kepada hasil (intensiti modal) adalah sebanyak 13% (purata global 17%). Faktor-faktor yang menyumbang kepada penurunan perbelanjaan modal termasuk usaha pemberi perkhidmatan untuk merasionalisasikan dan mengutamakan semula perbelanjaan, memanfaatkan dan mengoptimumkan aset rangkaian sedia ada dan juga mengekalkan modal untuk pelaksanaan 5G.

Permodalan Pasaran



RM144.01 **↑** 4.6%
bilion
(2018: RM137.73 bilion)

Hasil



RM43.37 **↓** 3.7%
bilion
(2018: RM45.02 bilion)

Perbelanjaan Modal



RM4.61 **↓** 11.5%
bilion
(2018: RM5.21 bilion)

KETERSAMBUNGAN DI MALAYSIA

Pada tahun 2019, langganan jalur lebar meningkat sebanyak 10% kepada 43.38 juta (2018: 39.45 juta), dengan kadar penembusan jalur lebar bagi setiap 100 penduduk sebanyak 131.7%. Langganan jalur lebar talian tetap meningkat sebanyak 10.9% kepada 2.95 juta pada tahun 2019 (2018: 2.66 juta). Sementara itu, langganan jalur lebar mudah alih meningkat sebanyak 9.9% kepada 40.43 juta pada tahun 2019 (2018: 36.79 juta). Liputan yang diperluas, kemampuan yang lebih tinggi, kualiti perkhidmatan yang lebih baik, peningkatan data dan penggunaan telefon pintar merupakan antara pemacu pertumbuhan langganan jalur lebar.

Trend bagi langganan Talian Ibu Sawat Terus (DEL) terus menurun sebanyak 13.7% kepada 2.2 juta pada tahun 2019 (2018: 2.55 juta), dengan kadar penembusan bagi setiap 100 penduduk sebanyak 6.7%.

Secara perbandingan, langganan selular mudah alih meningkat sebanyak 5.2%, mencecah 44.6 juta pada tahun 2019 (2018: 42.41 juta), dengan kadar penembusan bagi setiap 100 penduduk sebanyak 135.4%. Kemajuan teknologi rangkaian mudah alih, peranti dan perkhidmatan mudah alih yang semakin mampu milik, pengembangan dan ketersediaan rangkaian mudah alih serta langganan atau pemilikan peranti yang berganda adalah antara faktor-faktor yang memacu pertumbuhan langganan selular mudah alih.

Pasaran pascabayar terus menunjukkan prestasi baik dengan langganan yang meningkat sebanyak 15.3% kepada 13.34 juta (2018: 11.57 juta). Pada masa yang sama, pasaran prabayar juga menyaksikan peningkatan sebanyak 1.4% kepada 31.26 juta langganan pada tahun 2019 (2018: 30.84 juta).

Berkenaan dengan bahagian pasaran langganan selular mudah alih, Maxis menguasai bahagian tertinggi dengan penguasaan pasaran sebanyak 28%, diikuti oleh Digi (24%) dan Celcom (18%). Selebihnya adalah daripada U Mobile dan lain-lain/MVNO, masing-masing dengan bahagian sebanyak 17% dan 13%.



Langganan Jalur Lebar

43.38 **↑** 10%
juta
(2018: 39.45 juta)



Langganan DEL

2.2 **↓** 13.7%
juta
(2018: 2.55 juta)



Langganan Selular Mudah Alih

44.6 **↑** 5.2%
juta
(2018: 42.41 juta)

PERKHIDMATAN KANDUNGAN

Landskap penyiaran telah berkembang dengan ketara dalam beberapa tahun ini, memasuki era baru penyiaran digital. Transformasi digital menimbulkan cabaran serta peluang luas yang dapat meningkatkan jangkauan penonton dan kandungan berkualiti.

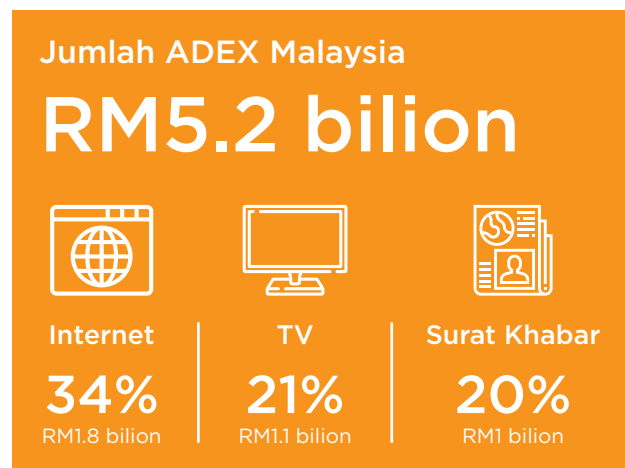
Industri penyiaran kini mengalami anjakan paradigma daripada penjana hasil berdasarkan model tradisional kepada pengedaran kandungan melalui platform digital. Penyar memanfaatkan platform dalam talian dan bersaing dengan pelbagai pemberi perkhidmatan di dunia digital. Penyar meneroka model perniagaan baru seperti penawaran video langganan atas permintaan (SVOD) dan video sokongan iklan atas permintaan (AVOD).

Tahun 2019 menyaksikan peristiwa penting dalam industri penyiaran Malaysia apabila Malaysia beralih ke penyiaran TV digital daripada penyiaran analog, seperti 60 negara lain di seluruh dunia. Peralihan tersebut merupakan sebahagian daripada agenda transformasi digital Malaysia untuk memacu negara ke arah pendigitalan dan meningkatkan kecekapan spektrum.

Sementara itu, penyiaran radio dijangka akan terus menghadapi persaingan yang sengit daripada platform digital. Oleh itu, dalam memastikan kemampanan, penyiar radio menjalin kerjasama baru untuk membina jenama yang lebih kukuh dan menyampaikan nilai yang lebih tinggi kepada pendengar.

Pada tahun 2019, radio menjangkau seramai 20.6 juta orang pendengar atau 97% daripada penduduk Semenanjung Malaysia, dan wilayah tengah mempunyai jumlah pendengar yang paling ramai dengan 7.7 juta orang pendengar. Peratusan pendengar radio di Malaysia adalah lebih tinggi berbanding dengan negara-negara terpilih seperti Austria (95%) dan Finland (92%).

Unjuran Magna Global pada tahun 2019 menunjukkan bahawa Malaysia mencatatkan jumlah ADEX sebanyak USD1.27 bilion (RM5.2 bilion), penurunan marginal berbanding dengan USD1.28 bilion (RM5.3 bilion) pada tahun 2018. Pada tahun 2019, Internet meraih bahagian pasaran yang terbesar sebanyak 34% atau nilai berjumlah USD439 juta (RM1.8 bilion), diikuti oleh TV (21%) dan surat khabar (20%), masing-masing sebanyak USD266 juta (RM1.1 bilion) dan USD252 juta (RM1 bilion).



PERKHIDMATAN DIGITAL

Pasaran e-dagang berkedudukan penting dalam ekonomi Malaysia dan global. Beberapa segmen telah mendapat faedah daripada pasaran e-dagang yang semakin berkembang, dan yang akan terus mewujudkan lebih banyak peluang. Pada tahun 2019, pasaran e-dagang Malaysia menjana hasil sebanyak USD3.68 bilion (RM15.2 bilion), dengan unjuran pertumbuhan tahunan akan mencapai sebanyak 11.8% menjelang tahun 2023.

E-dompet merupakan trend yang semakin meningkat di Malaysia. Pertumbuhan e-dompet semakin pesat disebabkan pertambahan pembayaran mudah alih, penembusan telefon pintar dan perubahan tingkah laku pengguna. Pakar industri mengiktiraf Malaysia sebagai pasaran terbaik untuk pertumbuhan e-dompet kerana potensi yang tinggi dan taburan demografi yang sesuai untuk menggalakkan penggunaan e-dompet di negara ini.

PERLINDUNGAN PENGGUNA DAN KUALITI PERKHIDMATAN

Perlindungan pengguna bertujuan untuk menggalakkan dan melindungi kepentingan pengguna. Perkara ini memastikan keyakinan dan kepuasan pengguna terhadap penggunaan perkhidmatan dan menggalakkan akses yang luas kepada perkhidmatan bersambung. Dalam mendukung prinsip asas ini di bawah Akta Komunikasi dan Multimedia 1998, pemberi perkhidmatan utama telah menandatangani Ikrar Ketua Pegawai Eksekutif yang memberi perhatian pada keutamaan pengguna dan pengurusan pengendalian aduan.

Pada tahun 2019, MCMC telah menerima sejumlah 58,139 aduan berbanding dengan 48,333 aduan pada tahun 2018, iaitu peningkatan sebanyak 20%. Mengikut sektor, aduan mengenai telekomunikasi merangkumi 75% daripada jumlah tersebut, diikuti oleh aduan mengenai media baru (18%) dan pos & kurier serta penyiaran, kedua-duanya sebanyak 3%.

Lebih daripada 54% aduan telekomunikasi adalah mengenai isu rangkaian. Kebanyakan isu yang dilaporkan adalah berkaitan dengan kualiti perkhidmatan rangkaian, termasuk kekurangan atau ketersediaan perkhidmatan HSBB dan 4G LTE, gangguan/masa henti perkhidmatan, sambungan/kelajuan Internet dan sambungan panggilan yang terputus disebabkan kesesakan rangkaian.

Bagi aduan yang diterima mengenai media baru, 41% adalah berkaitan dengan kandungan yang tidak benar atau palsu, diikuti oleh komen yang menyinggung perasaan (29%), kandungan yang lucah atau tidak senonoh (13%), fitnah (12%) dan peras ugut seksual/penipuan cinta (5%).

PERKHIDMATAN POS DAN KURIER

Pada tahun 2019, sektor pos dan kurier yang diwakili oleh Pos Malaysia Bhd, GD Express Carrier Bhd dan Nationwide Express Holdings Bhd, mencatatkan hasil berjumlah RM2.69 bilion, penurunan sebanyak 3.6% berbanding dengan RM2.79 bilion pada tahun 2018.

Pos Malaysia berjaya mengendalikan sebanyak 673.35 juta item pos sehingga akhir tahun 2019. Item pos terdiri daripada kiriman surat, mel berdaftar, bungkusan biasa, item ekspres, item kiriman percuma dan item pengiklanan.

Berkenaan dengan trafik kurier negara, pemberi perkhidmatan kurier mengendalikan sejumlah 240.53 juta item kurier, peningkatan sebanyak 13.8% daripada 211.3 juta untuk tempoh yang sama pada tahun 2018.

Mengikut jenis item kurier, pada tahun 2019, jumlah volum dokumen yang diserahkan dalam perkhidmatan domestik meningkat sebanyak 4.7% kepada 90.82 juta berbanding dengan 86.78 juta pada tahun 2018. Sebaliknya, jumlah dokumen dalam perkhidmatan antarabangsa menurun kepada 2.16 juta daripada 2.65 juta. Sementara itu, bilangan bungkusan yang dikendalikan meningkat sebanyak 36.2% kepada 123.1 juta (2018: 90.38 juta), dan bahagian bungkusan domestik dan antarabangsa masing-masing merangkumi sebanyak 93% dan 7%.

Terdapat sebanyak 116 pemegang lesen perkhidmatan kurier sehingga akhir tahun 2019. Mengikut jenis lesen, terdapat sebanyak 41 lesen Kelas A, 47 lesen Kelas B dan 28 lesen Kelas C.

