

**PARLIMEN MALAYSIA**  
**PEMBERITAHU PERTANYAAN DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN** : Lisan  
**DARIPADA** : YB Datuk Koh Nai Kwong [Alor Gajah]  
**TARIKH** : Hari Khamis, 19 Jun 2014  
**SOALAN** : Datuk Koh Nai Kwong [Alor Gajah] minta **MENTERI PERTANIAN DAN INDUSTRI ASAS TANI** menyatakan apakah tindakan dan strategi Kementerian untuk memastikan pemasaran buah-buahan tempatan dan di luar negara.

**JAWAPAN**

**Tuan Yang Dipertua,**

Buah-buahan tempatan mempunyai potensi untuk dikembangkan secara komersial dan teratur bagi memenuhi permintaan yang semakin meningkat dan meningkatkan pendapatan pengusaha tani. Permintaan buah-buahan tempatan dijangka akan meningkat daripada 2.7 juta tan metrik pada tahun 2010 kepada 3.4 juta tan metrik pada tahun 2020 dengan pertumbuhan sebanyak 2.3% setahun. Pengeluaran buah-buahan pula dijangka meningkat daripada 1.8 juta tan metrik pada tahun 2010 kepada 2.6 juta tan metrik pada tahun 2020 dengan kadar pertumbuhan tahunan 3.8%.

Strategi Eksport

Kementerian telah meningkatkan aktiviti pemasaran buah-buahan untuk pasaran luar negara dengan menyertai pelbagai program pameran, di negara-negara seperti China, Singapura, Timur Tengah dan Eropah. Penyertaan tersebut telah disertai oleh usahawan dan pengeksport melalui FAMA.

Selain penyertaan program pameran, *business matching* turut diaturkan bagi pembeli luar negara untuk berjumpa dengan pembekal dan pengeksport Malaysia.

Selain dari itu, FAMA juga memberikan khidmat nasihat eksport, khidmat hantaran percubaan/simulasi bersama pengeksport serta khidmat misi perdagangan kepada usahawan pengeksport. Hasil daripada perkhidmatan-perkhidmatan tersebut, sebanyak 7 pengeksport telah berjaya memasarkan produk mereka ke luar negara dengan jumlah jualan sebanyak RM7.02 juta pada tahun 2013 dan RM3.33 juta pada tahun 2014 (Jan-Mei 2014).

Bagi meningkatkan lagi jumlah eksport produk pertanian negara, Kementerian telah menubuhkan *Food and Agro Council for Export (FACE)* yang dianggotai oleh Jabatan/ Agensi Kerajaan (termasuk Pejabat-Pejabat Perwakilan Pertanian di Luar Negara), pemain-pemain utama dari sektor pertanian, penternakan, perikanan, industri asas tani, penyedia logistik, Institusi kewangan dan juga para pemasar.

Fungsi FACE adalah sebagai :

- i. pemudahcara isu dan masalah berkaitan eksport produk pertanian Negara;
- ii. menyelia, menasihati dan menentukan hala tuju eksport produk pengeluaran pertanian Negara;
- iii. menimbang dan memutuskan ketetapan langkah-langkah pemasaran dalam mempertingkatkan nilai dan pasaran eksport dengan penekanan kepada standard dan kualiti; dan
- iv. mengenalpasti dan membantu Kementerian berkenaan pembukaan ruang pasaran baru dan pasaran sedia ada.

Melalui FACE, pemasaran buah-buahan tempatan bagi pasaran eksport dipastikan memenuhi keperluan ditetapkan dari semua aspek disepanjang rantai nilai: Pengeluaran hingga pemprosesan dan pengilangan, termasuk pemasaran dan logistik.

Kementerian juga akan mewujudkan Agrobazar di luar Negara bermula dengan Singapura, Aceh, Dubai dan Guangzhou, China. Agrobazaar ini dapat membantu menyediakan ruang promosi secara tetap sepanjang tahun serta memudahkan pembeli di luar negara untuk mendapatkan produk Malaysia tanpa menanggung kos yang tinggi dengan cepat.

## Strategi Pemasaran dalam Negara

Kementerian melalui FAMA telah dan akan melaksanakan aktiviti-aktiviti berikut:

- i. program promosi dan jualan sepanjang tahun seperti Pesta Buah-Buahan Bermusim, Karnival Jualan dan 'Durian Party' di lokasi-lokasi strategik di ibu negeri seluruh Malaysia termasuk di Pasar Tani;
- ii. kempen 'Lebihkan Makan Buah-Buahan Tempatan' di sekolah-sekolah, institusi pengajian dan hospital bagi menggalakkan rakyat Malaysia membeli buah-buahan tempatan;
- iii. promosi jualan di outlet-outlet Pasaraya Giant terpilih dengan menawarkan harga jualan istimewa terutamanya di Lembah Kelang bagi menggalakkan pembeli membeli buah-buahan tempatan seperti manga, rock melon, manggis, rambutan dan tembikai; dan
- iv. buah-buahan juga dipasarkan di 538 pasar tani, 432 Gerai Buah-Buahan Segar dan 273 Agrobazar Kedai Rakyat dengan anggaran volume jualan RM2,359 MT/bulan;

Pada tahun 2013 Khidmat Pemasaran Urusniaga Produk Segar FAMA telah mencatatkan jualan buah-buahan sebanyak 7,110 MT bersamaan RM18.17 juta.

Kementerian juga telah melancarkan program jihad orang tengah bagi subsektor sayur-sayuran dan buah-buahan pada 23 Mei 2014 di RTC Gopeng, Perak. Antara inisiatif program ini untuk meluaskan pasaran buah-buahan di pasaran tempatan ialah:

- i. mewujudkan 276 buah Pusat Pengumpulan Ladang yang dikendalikan oleh Pertubuhan Peladang Kawasan (PPK) di seluruh Negara;
- ii. menyediakan portal agrobazaar.com sebagai landasan pepadanan perniagaan (*business matching*) Antara pengeluar dan pemasar;
- iii. memberi jaminan pasaran kepada pengeluar yang menjual kepada FAMA dengan sokongan harga lantai;
- iv. menggembleng 792 buah lori pengangkutan pelbagai jabatan dan agensi untuk membantu pemasaran buah-buahan bermusim di seluruh Negara; dan
- v. menyediakan 1000 khemah/kanopi jualan kepada pengeluar-pengeluar buah-buahan bermusim.