

PARLIMEN MALAYSIA
PEMBERITAHU PERTANYAAN DEWAN RAKYAT

PERTANYAAN : Bertulis
DARIPADA : Tuan Haji Zainudin bin Ismail [Jelebu]
SOALAN : Tuan Haji Zainudin bin Ismail [Jelebu] minta
MENTERI PERTANIAN DAN INDUSTRI ASAS TANI
menyatakan sejauh manakah pihak Kementerian
melancarkan perang kepada orang tengah dalam
sektor pertanian dan perikanan.

JAWAPAN :

Tuan Yang Dipertua,

Kerajaan telah melancarkan jihad memerangi orang tengah dalam usahawa membentras manipulasi secara berleluasa terhadap pengeluar dan pengguna.

Dalam hal ini Kerajaan telah mengenal pasti dan melaksanakan beberapa usaha dalam mengatasi manipulasi orang tengah iaitu:

- meningkatkan pengeluaran bekalan agromakanan bagi memastikan cukup bekalan di pasaran;
- memendekkan rantai nilai supaya lapisan orang tengah dikurang atau dihapuskan terus;
- mewujudkan saluran pemasaran yang baharu sebagai saluran pemasaran alternatif bagi menyaingi saluran pemasaran sedia ada;
- meningkatkan peratusan *market share* (dengan izin) agensi pemasaran seperti FAMA, LKIM dan LPP yang sekaligus mengurangkan peratusan *market share* orang tengah yang tidak bertanggungjawab ini; dan
- menambahbaik skim, bantuan, kemudahan, dan program sokongan sedia ada untuk pengeluar bagi mengurangkan atau menghapuskan kebergantungan mereka kepada orang tengah.

Walaupun program jihad memerangi orang tengah baru sahaja dilancarkan, akan tetapi beberapa kesan telah mula dinikmati oleh petani, nelayan dan juga rakyat. Kementerian telah mengenalpasti terdapat tiga (3) subsektor utama yang secara kritikal berhadapan dengan isu orang tengah. Justeru itu, program jihad memerangi orang tengah telah dilancarkan secara berperingkat-peringkat berdasarkan subsektor tersebut. **Bagi subsektor padi, majlis pelancarannya** telah diadakan pada 16 Januari 2014 di Kota Bharu, Kelantan; yang mana antara strategi yang dijalankan adalah dengan menubuh dan memperkasakan peranan Pusat Belian Padi sebagai pusat pembelian dan pemasaran padi untuk menyaingi pemborong dan pembeli persendirian atau orang tengah sedia ada. Usaha yang telah dijalankan dan hasil program jihad sub sektor padi setakat ini adalah seperti berikut:

a) Pertubuhan Peladang Kawasan atau PPK sebagai Pusat Belian Padi (PBP)

PPK Bintong, Padang Serai, Seberang Perak, dan Machang akan mula melaksanakan pembelian padi pada bulan Julai 2014, PPK Langkawi akan melaksanakannya pada bulan Ogos dan PPK Kepala Batas dijangka akan melaksanakannya pada Ogos atau September 2014.

b) Sasaran sebanyak 70% petani di bawah LPP, MADA dan KADA menjual padi melalui PPK

Sehingga kini sejumlah 16 % atau 6,572 pesawah meliputi Negeri Pahang, Kelantan dan Selangor telah menjual padi melalui PPK. Usaha masih diteruskan agar lebih ramai pesawah berminat untuk menjual padi mereka kepada PPK yang akan berperanan sebagai pusat belian padi (PBP).

c) Penyelarasan harga padi di Semenanjung pada kadar seragam iaitu RM1,200/mt.

Penyelarasan harga padi penting bagi memastikan pesawah mendapat pulangan yang munasabah dan di ketika yang sama mencegah orang tengah memanipulasi dengan menawarkan harga yang lebih rendah daripada yang sepatutnya bagi menindas pesawah yang menjual kepada mereka. Justeru itu, kesedaran pesawah dan pengilang adalah penting dan siri *engagement* perlu diadakan secara berterusan. Sehingga kini sebanyak 32 sesi *engagement* telah diadakan sehingga 31 Mei 2014. Sementara itu, BERNAS telah diarahkan untuk membuat penyesuaian kadar pemotongan dalam pemutuan padi bagi memastikan pendapatan petani tidak berkurangan daripada pendapatan musim sebelumnya.

d) Dana Kebajikan Petani

Dana kebajikan ini adalah bagi membantu petani yang menghadapi kesukaran kewangan atau memerlukan pinjaman. Setiap PPK diperuntukkan sebanyak RM100,000.00.

e) Memantapkan pengagihan beras subsidi ST15

Memandangkan terdapat banyak kes penyelewengan penjualan beras subsidi ST15 sebelum ini, maka strategi baru iaitu menghentikan penjualannya di pasaraya besar secara terbuka dan menetapkan kedai-kedai tertentu sahaja bagi penjualannya seperti Agrobazaar, Kedai KR1M, TUKAR, Pernama, dan Kedai Peladang.

Majlis pelancaran **jihad memerangi orang tengah dalam sub-sektor perikanan** telah diadakan pada 9 Februari 2014 di Kuantan, Pahang. Usaha yang telah dijalankan dan hasil program setakat ini adalah seperti berikut:

a) NEKMAT membeli terus hasil tangkapan nelayan dan memasarkan secara terus kepada pembeli

Sehingga kini sebanyak 60 Persatuan Nelayan (PN) telah menyertai 248 daripada sejumlah 538 Pasar Tani di seluruh negara. Modal pusingan sebanyak RM10,000.00 diberikan kepada setiap PN yang menyertai Pasar Tani yang mana sebanyak 50 PN telah menerima modal pusingan bernilai RM500,000.00;

b) Menyediakan Tabung Pinjaman Mudah Pembelian Peralatan/Sampan.

Sehingga April 2014, TEKUN Nasional telah menyalurkan 347 pinjaman bernilai RM2.467 juta kepada nelayan di seluruh negara bagi pembelian pukot, baikpulih atau pembelian enjin baru dan bot. Ianya juga terbuka kepada penternakan ikan di dalam sangkar, pemborongan, peruncitan hasil laut dan tangkapan ikan.

c) Memperluaskan jaringan dan medium pemasaran ikan

Sebanyak 93 Outlet Ikan Rakyat juga telah beroperasi di seluruh negara seperti di Perlis sebanyak (4) buah, Kedah (5), Pulau Pinang (2), Perak (1), Selangor (19), Negeri Sembilan (9), Johor (35), Pahang (6), WP (10) dan setiap satu di Terengganu dan Sarawak. Selain itu, jalinan pemasaran Ikan Rakyat di Mini market telah dimeterai antara pihak D'Mart yang dimiliki oleh FELDA dengan 2 pembekal yang dilantik oleh LKIM.

Kementerian juga telah melancarkan program **jihad orang tengah bagi subsektor sayur-sayuran dan buah-buahan** pada 23 Mei 2014 di RTC Gopeng, Perak. Manfaat daripada program tersebut setakat ini ialah:

- (a) **Memberi jaminan pasaran kepada pengeluar yang menjual kepada FAMA dengan sokongan harga lantai** bagi memastikan pengeluar mendapat pulangan yang berpatutan. Untuk itu, FAMA telah mencadangkan agar harga lantai ini ditetapkan bagi 35 jenis buah dan 12 jenis sayur.
- (b) **Menggembeleng 792 buah lori pengangkutan pelbagai Jabatan dan Agensi** dengan pendekatan *blue ocean strategy* (dengan izin) termasuk 229 buah lori FAMA sedia ada untuk membantu pemasaran buah-buahan bermusim di seluruh negara khususnya ketika waktu kemuncak musim buah-buahan.
- (c) **Menyediakan 1000 khemah/kanopi jualan kepada pengeluar-pengeluar buah-buahan bermusim** bagi menjual dan memasarkan produk mereka untuk tempoh selama 3 bulan sehingga musim buah berakhir; yang mana sehingga bulan Mei 2014, FAMA telah menyediakan sebanyak 250 unit khemah/kanopi bagi tujuan tersebut; dan
- (d) **menambah Pasar-pasar Tani di seluruh Negara yang pada masa ini sebanyak 538 kepada 1,000 Pasar Tani** dengan kekerapan operasi turut ditambah kepada sekurang-kurangnya 2 kali seminggu.

Usaha-usaha yang dilakukan sudah pastinya akan berdepan dengan pelbagai cabaran serta memakan masa yang panjang. Inilah yang kita maksudkan sebagai jihad, iaitu perjuangan yang berterusan tetapi bermatlamatkan sesuatu yang suci dan mulia. Ketika ini pun, Kementerian telah mengenalpasti beberapa isu yang timbul bersabit pelaksanaan strategi dan tindakan tersebut, kerana selain aspek kekangan terhadap keupayaan logistik; satu isu besar yang harus ditangani adalah berhubung dengan sikap dan mentaliti pengeluar kita yang masih sukar berubah dan terus bergantung kepada peranan orang tengah yang diketahui mempunyai hubungan tradisi yang panjang dengan mereka. Namun, kita akan teruskan usaha kita, khususnya memberikan sesi penerangan dan *engagement* secara berterusan agar wujud kesedaran tentang bahaya dan risiko orang tengah ini terhadap ekonomi dan kehidupan para pengeluar dan rakyat keseluruhannya.