

PARLIMEN MALAYSIA
PEMBERITAHU PERTANYAAN DEWAN RAKYAT

PERTANYAAN : BERTULIS

DARIPADA : DATO' OTHMAN BIN AZIZ [JERLUN]

**SOALAN : Dato' Othman bin Aziz [Jerlun] minta MENTERI
PERTANIAN DAN INDUSTRI ASAS TANI
menyatakan :-**

- a) adakah Kementerian bercadang untuk meneruskan Program Agrobazar seperti yang diadakan di Singapura di peringkat antarabangsa sebagai platform mempromosi produk tempatan secara terus dan sekali gus meningkatkan pendapatan negara menerusi pemasaran produk tempatan; dan
- b) apakah strategi Kementerian untuk terus meningkatkan pemasaran produk HALAL Malaysia ke peringkat antarabangsa.

JAWAPAN

Tuan Yang Dipertua,

- a) Program Agrobazaar Malaysia merupakan satu inisiatif untuk meningkatkan eksport produk agromakanan Malaysia diluar negara

melalui pengwujudan pusat promosi dan jualan kekal sepanjang tahun berbanding kaedah semasa yang berkala sahaja. Berdasarkan sambutan terhadap outlet Agrobazaar yang pertama di Singapura, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani bercadang untuk meluaskannya ke Hong Kong, Dubai, London dan China.

Melalui kerjasama dan kolaborasi strategik yang berterusan di antara pelbagai Kementerian/ Jabatan/ Agensi, pihak pengeluar dan swasta, Agrobazaar mampu menjadi pusat Promosi dan Perdagangan Produk agromakanan Malaysia yang dapat meningkatkan eksport produk ini ke pasaran antarabangsa. Diharapkan projek ini akan menjadi *Pride of Malaysia* dan membuktikan bahawa Malaysia produk agromakanan Negara mampu bersaing di pasaran antarabangsa.

- b) Kerajaan melalui Halal Industry Development Corporation (HDC) telah memperkenalkan Program Transformasi Perniagaan Halal (HBT) bermula tahun 2011. Program ini bertujuan meningkatkan daya saing dan jualan syarikat-syarikat Halal yang menyertainya. Antara aktiviti yang dikendalikan oleh HDC termasuklah aktiviti khidmat nasihat teknikal berkenaan pematuhan pensijilan antarabangsa, padanan perniagaan dengan syarikat-syarikat multinasional dan perkhidmatan fasilitasi bagi mendapatkan bantuan kewangan dari institusi-institusi kewangan. Bermula dengan penyertaan dari hanya 149 syarikat pada tahun 2011, kini bilangan peserta HBT telah bertambah kepada 860 syarikat. Program ini telah berjaya membantu syarikat-syarikat Halal tersebut menjana jualan

dengan jumlah melebihi RM1.51 bilion atau secara purata RM500 juta jualan setahun.

Antara langkah-langkah yang diambil untuk mempromosikan produk halal negara termasuk :-

- i. Mewujudkan program-program kerjasama bersama Negara-Negara seperti Arab Saudi, China, Jepun, Korea, Hong Kong, Taiwan, Pakistan dan Oman. Sebagai contoh, dengan Negara Jepun, Halal Industry Development Corporation (HDC) telah menandatangani MoU dengan ATOTIS Co. Ltd. pada bulan Jun 2013 bagi membuka lebih banyak akses kepada pasaran produk dan perkhidmatan halal dalam rantau Asia Timur meningkatkan pengaliran pelaburan dan perdagangan dua hala.
- ii. HDC juga memainkan peranan sebagai fasilitator membantu mewujudkan akses ke pasaran global menerusi kerjasama dengan pasaraya besar seperti TESCO, AEON, Giant dan lain-lain. Pada tahun 2014, daripada 306 syarikat halal yang menyertai sesi padanan perniagaan, 186 syarikat halal dikenalpasti berpotensi untuk menjadi pembekal halal kepada hypermarket dan peruncit-peruncit besar. Manakala bagi tempoh Januari hingga Ogos 2014, daripada 323 syarikat halal, sebanyak 155 syarikat halal telah dikenalpasti untuk tujuan tersebut.
- iii. Bengkel-bengkel amalan baik dalam perniagaan seperti GMP, HACCP dan HALAL diadakan bagi membimbing usahawan tempatan supaya produk yang dikeluarkan mematuhi piawaian antarabangsa. Jumlah syarikat menyertai GMP adalah 50 buah

syarikat dan 50 buah syarikat menyertai "Make Your Mark Program For Packaging" pada tahun 2013.

- iv. Program Mentoring untuk usahawan halal dikendalikan secara bersama oleh HDC, SME Corp dan Nestle Malaysia untuk membimbing ke arah pencapaian kualiti pengeluaran untuk pasaran antarabangsa. Setakat bulan Ogos 2014, seramai 221 peserta telah menyertai program ini.