

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN
DEWAN RAKYAT, MALAYSIA

PERTANYAAN : BERTULIS

**DARIPADA : YB. TAN SRI DATUK SERI PANGLIMA
ANNUAR BIN MUSA**

KAWASAN : KETEREH

NO. SOALAN : 25

YB. TAN SRI DATUK SERI PANGLIMA ANNUAR BIN MUSA
[KETEREH] minta MENTERI PERDAGANGAN ANTARABANGSA
DAN INDUSTRI menyatakan :-

- (a) pelan jangka masa panjang dan strategi Kementerian bagi mengembangkan pasaran produk halal Malaysia ke luar negara; dan
- (b) bagaimanakah penerimaan pasaran luar negara terhadap produk halal tempatan dan apakah kekangan yang dihadapi oleh Kementerian dalam pemasaran produk terbabit.

JAWAPAN

Tuan Yang Di Pertua,

Bagi mengembangkan pasaran produk halal Malaysia ke luar negara, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) melalui Halal Industry Development Corporation (HDC) dengan kerjasama MATRADE telah melaksanakan pelbagai program penggalakan eksport. Di bawah Rancangan Malaysia ke-11 pula, lima Teras Strategik Pelan Induk Industri Halal telah diperkukuhkan iaitu:

- i. mengukuhkan jaringan halal Malaysia dalam rangkaian halal global;
- ii. menggalakkan penyatuan dalam industri halal Malaysia;
- iii. mengukuhkan jenama halal Malaysia;
- iv. mengukuhkan integriti halal Malaysia; dan
- v. mengukuhkan *enablers* dalam industri halal Malaysia.

Selaras dengan lima Teras Strategik di atas, beberapa projek akan dimantapkan, antaranya:

- i. menggalakkan usaha sama strategik di antara syarikat besar dan multinasional dengan syarikat halal tempatan berpotensi tinggi;
- ii. Penjenamaan halal Malaysia melalui kempen taktikal;
- iii. Penjenamaan halal Malaysia melalui acara-acara utama; dan

- iv. melengkapkan kemudahan sedia ada dalam *Global Halal Support Centre*.

Tuan Yang Di Pertua,

Pada tahun 2014 dan 2015, MATRADE telah dan akan mengadakan pelbagai aktiviti galakan perdagangan bagi mengembangkan pasaran dan mempromosikan produk halal di pasaran antarabangsa. Antara langkah-langkah yang diambil adalah:

- i. mengenal pasti pasaran bagi produk halal Malaysia terutamanya Asia Tengah dan negara China yang berpotensi untuk ditembusi berdasarkan kepada jumlah penduduk beragama Islam yang besar di negara tersebut;
- ii. penganjuran Pameran Perdagangan Halal Antarabangsa Ke - Dua Belas (MIHAS 2015) pada 1- 4 April 2015 di KLCC bagi mempromosikan Malaysia sebagai pusat untuk mendapatkan barangan dan perkhidmatan halal di peringkat antarabangsa;
- iii. mengadakan Program Misi Belian semasa MIHAS yang mempertemukan syarikat-syarikat pengeluar produk dan perkhidmatan halal Malaysia dengan pembeli dari luar negara;
- iv. mempromosikan produk halal Malaysia di pasaran antarabangsa yang bukan sahaja bertumpu kepada produk makanan dan minuman, malah termasuk produk bukan

makanan seperti farmaseutikal, bahan kimia, kosmetik dan penjagaan badan. Malaysia telah dan akan berusaha mempromosikan sektor-sektor perkhidmatan halal seperti logistik dan perbankan Islam dengan menyertai pameran-pameran perdagangan di luar negara.

v. penganjuran Misi Perdagangan Khusus (Specialised Marketing Mission):

- *Specialised Marketing Mission on Halal to HOFEX 2015* di Wanchai, Hong Kong pada 6 – 9 Mei 2015; dan
- *Specialised Marketing Mission on Food* sempena *World Food Istanbul 2015* di Istanbul, Turki pada 3 - 6 September 2015.

vi. program menggalakkan kesedaran halal seperti *Halal Awareness Programme* di Turki, Kaherah, Manila dan Indonesia bagi mempromosikan produk-produk dan program-program yang berkaitan dengan industri halal Malaysia.

Tuan Yang Di Pertua,

Produk halal Malaysia mendapat tempat di pasaran luar negara dengan nilai eksport sebanyak RM37.7 bilion pada tahun 2014, meningkat 14.9% berbanding tahun 2013. Produk makanan dan minuman serta bahan ramuan halal merupakan penyumbang utama

kepada nilai eksport halal negara iaitu sebanyak RM27.7 bilion pada tahun 2014. Pasaran utama produk halal Malaysia ialah China, Singapura, Amerika Syarikat, Indonesia dan Jepun.

Inisiatif Kerajaan untuk menggalakkan eksport berhadapan dengan cabaran kerana terdapat kekangan dalam aktiviti pemasaran sesuatu produk seperti:

- i. Pengeluar halal tempatan tidak mempunyai kapasiti untuk memenuhi tempahan atau permintaan yang besar dari luar negara kerana kebanyakan mereka merupakan pengusaha kecil dan sederhana (PKS) sahaja yang tidak mempunyai keupayaan kewangan untuk menambah baik operasi pengeluaran kilang;
- ii. Kebanyakan pengeluar juga tidak mempunyai sijil seperti GMP dan HAACP yang merupakan pengiktirafan sebagai pengeluar bertaraf antarabangsa. Siji-sijil ini diperlukan untuk mengeksport ke kebanyakan negara bagi meyakinkan pengguna tentang kualiti dan keselamatan produk;
- iii. Kurang penekanan kepada penyelidikan dan pembangunan (R&D) oleh PKS yang memberi kesan kepada kemampuan untuk menghasilkan inovasi dan produk baharu berkualiti untuk dipasarkan. Penemuan R&D akan membantu pengesanan dan kawalan kualiti dalam industri, mengenal pasti bahan-bahan alternatif, pembangunan produk serta pengkomersilan produk dan perkhidmatan halal.

Kerajaan sentiasa berusaha untuk meningkatkan kapasiti pengusaha produk halal tempatan supaya dapat menembusi pasaran antarabangsa dari semasa ke semasa.