

**MESYUARAT KETIGA, PENGGAL KETIGA,
PARLIMEN KETIGA BELAS
PEMBERITAHUAN PERTANYAAN
DEWAN RAKYAT MALAYSIA**

PERTANYAAN : JAWAB LISAN

**DARIPADA : DATO' AHMAD FAUZI BIN
ZAHARI
[SETIAWANGSA]**

TARIKH : 27.10.2015 (SELASA)

NO. SOALAN : 11

Minta **MENTERI KEMAJUAN LUAR BANDAR DAN WILAYAH** menyatakan apakah kejayaan yang diperoleh hasil daripada Karnival Usahawan Desa (KUD) yang menjadi acara dwi-tahunan Kementerian sejak 2013. Adakah KUD berjaya membantu meluaskan pasaran produk usahawan desa sehingga ke peringkat antarabangsa.

JAWAPAN:

Tuan Yang Di-Pertua,

Sebagai makluman kepada ahli-ahli Yang Berhormat, Karnival Usahawan Desa (KUD) telah dianjurkan oleh Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah bermula daripada tahun 2006. KUD 2015 merupakan penganjuran kali keenam yang diadakan secara dwi tahunan. Pelaksanaan KUD 2015 yang diadakan pada 2-6 September 2015 di Presint 3 Putrajaya telah dapat membawa pulangan dalam bentuk nilai kewangan dan peningkatan perniagaan usahawan luar bandar berbanding pelaksanaan KUD 2013. Di antara kejayaan-kejayaan pelaksanaan KUD adalah seperti berikut:

- 1) Mengumpulkan usahawan-usahawan luar bandar di satu tempat untuk mempromosi dan menjual produk dan perkhidmatan mereka di satu tempat;
- 2) Pertambahan penglibatan usahawan sehingga 60.2% iaitu seramai **729** usahawan berbanding **455** usahawan pada tahun 2013;
- 3) Peningkatan transaksi jualan langsung kepada **RM4.2 juta** berbanding **RM2.65** juta pada tahun 2013;

4) Nilai tempahan yang telah direkodkan adalah sebanyak **RM2.25 juta**;

5) Sebanyak **11,189** jaringan perniagaan direkodkan telah diwujudkan sepanjang KUD 2015 dengan nilai potensi perniagaan adalah sebanyak **RM10.68 juta**; dan

6) Sebanyak **8** Memorandum Persefahaman telah ditandatangani yang melibatkan seramai 5 usahawan Rural Business Challenge (RBC) dan Desa Lestari Kampung Pengkalan Batu, Melaka dengan nilai perniagaan sebanyak **RM3 juta**.

Pendedahan dan pengalaman melalui proses pembangunan keusahawanan KUD juga mampu memberi kesan secara tidak langsung kepada usahawan dari aspek:

- 1) peningkatan kemahiran pemasaran;
- 2) pembangunan produk seperti penjenamaan, inovasi, keunikan dan memanfaatkan sumber tempatan; dan
- 3) meningkatkan jaringan keusahawanan melalui aktiviti *Business to Business*.

Penganjuran KUD pada masa ini menumpukan kepada pemasaran dan promosi di peringkat dalam negara. Peluang pemasaran di peringkat antarabangsa diterokai oleh usahawan luar bandar dengan kerjasama agensi lain seperti MATRADE manakala Kementerian pula menyediakan aktiviti sokongan pemasaran serta promosi melalui penglibatan dalam ekspo antarabangsa di dalam seperti 6th Muslim World Biz 2015 yang bermula pada hari ini di PWTC dan ASEAN Co-operative Organisation Trade Exhibition 2015 (ACOTEX 2015) yang diadakan pada minggu lepas.