

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KEDUA, PENGGAL KEDUA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS**

PERTANYAAN : LISAN

DARIPADA : DATO' HAJI MOHD. SALIM SHARIF [JEMPOL]

TARIKH : 16 JULAI 2019 (RABU)

SOALAN

Dato' Haji Mohd. Salim Sharif [Jempol] minta **MENTERI INDUSTRI UTAMA** menyatakan kesan positif kempen 'Sayangi Minyak Sawitku' dan kemampuan kempen tersebut dalam meningkatkan penjualan minyak sawit tempatan atau produk berasaskan sawit serta harga komoditi tersebut.

JAWAPAN

Tuan Yang Di-Pertua,

Sepertimana Yang Berhormat sedia maklum, Kementerian telah melancarkan kempen Sayangi Sawitku yang telah dirasmikan oleh YAB Perdana Menteri pada 24 Mac 2019 yang lalu. Kempen Sayangi Sawitku ini yang akan diadakan sepanjang tahun 2019 adalah bertujuan untuk memberi kesedaran kepada rakyat Malaysia mengenai kebaikan dan khasiat minyak sawit dan juga cabaran yang dihadapi oleh komoditi sawit. Disamping itu, kempen ini juga adalah untuk menggalakkan rakyat Malaysia mempertahankan komoditi sawit dan menjadi jurucakap sawit melalui pendekatan dengan izin 'From Malaysia, we speak to the world'.

Pelbagai aktiviti dan program di peringkat domestik dan antarabangsa telah dijalankan seperti publisiti video dan poster Kempen Sayangi Sawitku di KLIA, publisiti melalui in-flight magazine oleh MAS, Air Asia dan Malindo, program tanam semula pokok hutan dan konservasi Orang Utan dan Gajah Pygmy di Sabah, sesi taklimat dan pameran produk sawit di Parlimen, Student Ambassador Programme, pertandingan memasak menggunakan

minyak sawit, sesi kunjungan dan penerangan kepada Menteri Kabinet dan Ketua Menteri yang berkaitan, pertandingan atas talian dan lain-lain. Bagi melaksanakan aktiviti-aktiviti Kempen Sayangi Sawitku yang telah dirangka, Kementerian telah memperuntukkan sebanyak RM6 juta pada tahun ini.

Sebenarnya, masih terlalu awal untuk mengukur prestasi pelaksanaan kempen ini memandangkan ianya masih berjalan sehingga ke akhir tahun ini. Walau bagaimanapun, Kementerian sedang menjalankan pemerhatian dan bancian bagi mengukur keberkesanan kempen ini dalam membantu meningkatkan industri sawit negara. Didapati pada masa ini, lebih ramai rakyat Malaysia daripada pelbagai lapisan masyarakat telah tampil untuk menyuarakan sokongan terhadap industri sawit negara termasuk pemimpin utama negara, tokoh korporat, personaliti media, ketua masyarakat, pelajar dan lain-lain. Manakala industri lain seperti penerbangan, pelancongan dan hiburan juga turut bekerjasama menjayakan kempen ini melalui penajaan dan publisiti.

Selain itu, data eksport minyak sawit dan produk berasaskan sawit ke negara-negara luar telah menunjukkan peningkatan sebanyak 5.9% daripada 6.36 juta tan (Januari – Mac 2018) kepada 6.74 juta tan (Januari - Mac 2019). Dari segi harga pula, harga purata minyak sawit mentah bagi bulan Mac 2019 iaitu bulan pelancaran kempen adalah RM1,903.50 telah meningkat kepada RM1,946.50 pada bulan Mei 2019. Ini secara tidak langsung disebabkan peningkatan penerimaan dan kesedaran mengenai minyak sawit hasil daripada kempen yang dijalankan.

Sekian terima kasih.