

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN BAGI JAWAPAN BUKAN LISAN**  
**MESYUARAT KETIGA, PENGGAL KEDUA**  
**PARLIMEN KEEMPAT BELAS DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN : BUKAN JAWAB LISAN**

**DARIPADA : DATO' SERI ANWAR BIN IBRAHIM**  
**[ PORT DICKSON ]**

**SOALAN**

**DATO' SERI ANWAR BIN IBRAHIM [ PORT DICKSON ]** minta **MENTERI INDUSTRI UTAMA** menyatakan sejauh mana peningkatan dan kebolehpasaran yang berjaya diperoleh melalui kempen "Sayangi Sawitku" serta berapakah jumlah anggaran terkini pasaran baru yang berjaya ditembusi negara dalam memasarkan produk kelapa sawit.

**JAWAPAN**

Kempen Sayangi Sawitku yang sedang 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; pertandingan atas talian dan lain-lain.

Tahap keberkesanan pelaksanaan kempen ini masih dalam penilaian semenjak pelancaran rasminya pada 24 Mac 2019. 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 telah turut bekerjasama menjayakan kempen ini melalui penajaan dan publisiti.

Dari segi eksport minyak sawit dan produk berasaskan sawit ke negara-negara luar, terdapat peningkatan sebanyak 12.3% kepada 20.9 juta tan bagi tempoh Januari hingga September 2019 berbanding 18.6 juta tan dalam tempoh yang sama pada tahun 2018. Dari segi harga, harga purata bulanan minyak sawit mentah bagi bulan Mac 2019 iaitu bulan pelancaran kempen adalah RM1,903.50 telah meningkat kepada RM2,104 pada bulan Oktober 2019. Statistik positif ini secara tidak langsung menggambarkan peningkatan industri sawit negara kesan daripada usaha meningkatkan kesedaran dan promosi yang telah dilaksanakan oleh Kementerian.

Kementerian Industri Utama menerusi agensi-agensi di bawahnya iaitu Lembaga Minyak Sawit Malaysia (MPOB) dan Majlis Minyak Sawit Malaysia (MPOC) terus giat menjalankan usaha memasarkan produk sawit Malaysia ke seluruh dunia. Ini termasuk meneroka negara-negara pasaran baharu.

Di benua Afrika, negara pasaran baru yang berpotensi dan telah dilawati adalah Mesir dan Maghribi yang merupakan pintu kepada pasaran negara-negara Eropah, Afrika Utara dan Afrika Tengah. Secara tidak langsung, pasaran baharu seperti Tunisia dan Libya juga akan dapat ditembusi melalui Maghribi.

Selain itu, pasaran baru yang berpotensi bagi minyak sawit Malaysia adalah di rantau Asia Tengah seperti Kazakhstan, Uzbekistan,

## SOALAN NO.: 342

Kyrgyzstan, Tajikistan dan Turkmenistan. Manakala Sri Lanka muncul sebagai pasaran baru berpotensi di rantau Asia Selatan. yang meningkat naik bagi minyak sawit Malaysia .

Turki juga merupakan salah satu pasaran berpotensi. Hasil Perjanjian Perdagangan Bebas (*Free Trade Agreement* - FTA) Malaysia dan Turki, eksport minyak sawit dan produk berasaskan sawit telah merekodkan peningkatan setiap tahun.

Sekian, terima kasih.