

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

PERTANYAAN : BUKAN LISAN

**DARIPADA : TUAN WILLIAM LEONG JEE KEEN
[SELAYANG]**

SOALAN

Minta **MENTERI PERTANIAN DAN INDUSTRI MAKANAN** menyatakan usaha Kementerian bagi membantu petani, penternak, nelayan dan peladang memasarkan produk dan hasil pertanian mereka menerusi platform digital.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

1. Untuk makluman Ahli Yang Berhormat, Kementerian Pertanian dan Industri Makanan (MAFI) telah mengambil empat (4) pendekatan dalam usaha membantu petani, penternak, nelayan dan peladang memasarkan produk mereka menerusi platform digital iaitu:

- i) Menyediakan platform untuk usahawan melalui platform e-dagang yang dibangunkan oleh MAFI;
- ii) Menyediakan '*market place*' untuk usahawan kecil dalam platform e-dagang swasta;
- iii) Bekerjasama menyenarai daftar usahawan-usahawan berasaskan pertanian di platform-platform e-dagang swasta; dan
- iv) Menggalakkan usahawan pertanian untuk memiliki laman web sendiri dengan kolaborasi bersama MYNIC Berhad iaitu sebuah agensi di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) serta memberi bantuan dan bimbingan kepada usahawan untuk memiliki laman web e-dagang yang lengkap dengan sokongan *payment gateway* dan sistem penghantaran.

2. Selain itu, MAFI juga telah melaksanakan beberapa inisiatif lain seperti berikut:

- i) Membangunkan platform Agrobazaar Online (ABO) pada tahun 2016 untuk memberi alternatif pasaran kepada usahawan serta mendidik mereka melaksanakan jualan melalui platform e-dagang. Sehingga November 2020, ABO mempunyai 5,901 usahawan dan 18,614 produk.
- ii) Selain itu, Persatuan Nelayan Kebangsaan (NEKMAT) juga menjalankan aktiviti pemasaran secara digital melalui laman

web www.nekmatbiz.com.my. Sehingga berakhir Oktober 2020, sebanyak 7.78 tan metrik ikan telah dijual melalui platform ini dengan nilai jualan sebanyak RM191,470.30.

- iii) Semasa tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), Pertubuhan Peladang telah membangunkan aplikasi *Rocket Delivery* dengan fokus terhadap jualan terus kepada pengguna. Aplikasi ini masih digunakan dengan fokus baharu iaitu kepada pembeli komersial (*business to business*).
- iv) Dalam masa yang sama, beberapa '*market place*' yang dikendalikan oleh agensi MAFI turut disediakan dalam platform e-dagang swasta seperti Agrobazaar Malaysia yang dikendalikan oleh FAMA dan NEKMAT *Official Store* yang dikendalikan oleh NEKMAT.

3. Untuk memperkukuh agenda pemasaran digital, MAFI turut menjalinkan kerjasama dengan beberapa syarikat e-dagang seperti Ourfarm@AirAsia, Lokal Kita@Dropee, eAGRO, Shopee, Lazada, dan Food Panda. Sehingga kini, lebih dua ribu orang usahawan pertanian telah menyertai platform e-dagang tersebut dengan nilai jualan sebanyak RM5.76 juta.

4. MAFI turut menganjurkan program berbentuk latihan dan kursus kepada usahawan untuk meningkatkan kapasiti pasaran dan produk mereka bagi memastikan kelestarian usahawan dalam pemasaran digital. Kursus-kursus ini dilaksanakan secara dalaman dan juga dengan kerjasama agensi luar seperti *Malaysia Digital Economy Corporation* (MDEC).

Sekian, terima kasih.