

3.0 KAJIAN POTENSI DAN KECENDERUNGAN PENGGUNA TERHADAP KELAPA SEGAR DAN PRODUK MAKANAN BERASASKAN KELAPA (PMBK) DI MALAYSIA

Mohd Hafizudin Zakaria, Mohd Zaffrie Mat Amin, Nor Amna A'liah Mohamad Nor, Mohd Rashid Rabu dan Mohd Tarmizi Haimid

3.1 PENDAHULUAN

Pokok kelapa (*Cocos nucifera* L.) merupakan pokok yang digambarkan dengan 1001 macam kegunaan. Kewujudan pokok ini mempunyai banyak kaitan dengan sosial dan budaya masyarakat setempat. Pada masa yang sama ia juga menyediakan peluang pekerjaan dan pendapatan kepada masyarakat. Di Malaysia, tanaman kelapa merupakan komoditi pertanian keempat terpenting selepas kelapa sawit, getah dan padi. Industri kelapa memainkan peranan yang penting dalam aktiviti sosioekonomi masyarakat luar bandar yang melibatkan lebih 80,000 keluarga. Tanaman kelapa juga merupakan tanaman industri tertua di Malaysia yang mana menyumbang sebanyak 1.96% kepada hasil eksport pertanian Malaysia pada tahun 2014. Pada tahun 2014 sahaja nilai eksport kelapa dan produk berasaskan kelapa adalah sebanyak RM1.06 bilion meningkat berbanding tahun 2013 iaitu sebanyak RM607.2 juta. Manakala import kelapa juga meningkat dari RM583.2 juta (2013) kepada RM955.28 juta pada tahun 2014. Kebanyakan produk kelapa ini dieksport dalam bentuk serbuk kelapa (*desiccated coconut*), santan serbuk, arang tempurung, karbon teraktif, produk kelapa segar, kelapa tender, minyak kelapa, kelapa muda, fiber dan cocopeat.

Walaupun kelapa digunakan secara meluas di dalam aktiviti seharian dan ekonomi, namun tanaman kelapa ini masih terancam apabila banyak kawasan ladang kelapa ditukar dengan tanaman kelapa sawit, getah dan sayuran yang banyak memberi kelebihan impak dari segi produktiviti dan pendapatan yang cepat. Selain itu, ladang-ladang kelapa juga terancam dengan arus pemodenan pembangunan kawasan ekonomi yang bernilai tinggi. Walaupun terdapat pengurangan keluasan tanaman kelapa iaitu daripada 105,658 ha (2010) kepada 85,799 ha (2015), namun kadar pengeluaran kelapa semakin meningkat iaitu daripada 550,140 tan metrik (2010) kepada 680,125 tan metrik (2015). Nilai pengeluaran turut meningkat daripada RM360,288.45 pada tahun 2010 kepada RM612,112 pada tahun 2015 (DOA, 2015). Peningkatan produktiviti pengeluaran ini adalah kesan penggunaan teknologi dalam penghasilan kelapa seperti penggunaan varieti hibrid dan inbred yang terbaik dan juga teknologi amalan agronomi yang berkesan.

Penghasilan teknologi pemprosesan kelapa juga menunjukkan perkembangan yang positif dengan penghasilan produk-produk makanan, minuman dan juga produk kesihatan berasaskan kelapa. Perkembangan positif ini juga menyebabkan permintaan kelapa yang tinggi melalui persaingan keperluan industri dan keperluan harian masyarakat. Sehingga tahun 2014, penanaman kelapa ini hanya tertumpu kepada pengeluaran pekebun kecil iaitu 93% (73,613 ha) dan selebihnya adalah penanaman secara ladang estet dan jabatan kerajaan 7% (5,538 ha) (DOA, 2015). Walau bagaimanapun, masih terdapat perbezaan produktiviti sebanyak 300% iaitu pengeluaran secara estet berupaya mengeluarkan 21 tan/ha manakala pekebun kecil hanya berupaya mengeluarkan sebanyak 6.6 tan/ha (DOA, 2015).

3.2 LATAR BELAKANG

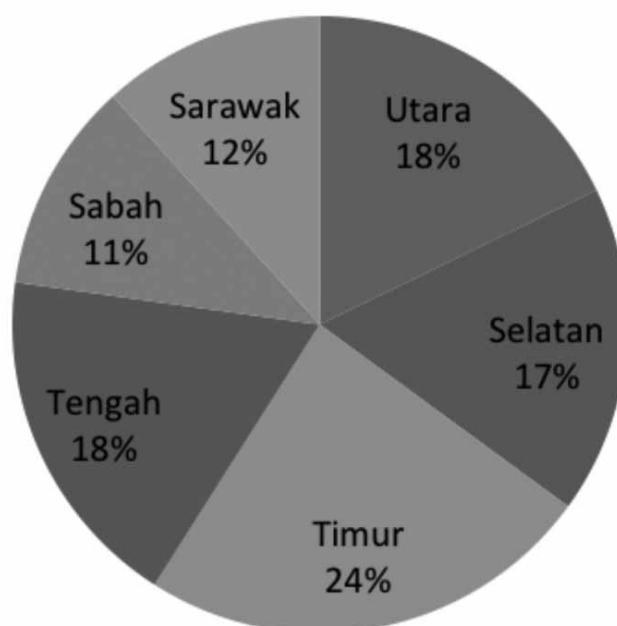
Berdasarkan rekod peningkatan pengeluaran dan permintaan kelapa tahun demi tahun, jelas industri kelapa ini mempunyai potensi yang cerah. Namun untuk pembuktian hipotesis potensi ini ia memerlukan kajian empirikal bagi menyokong dakwaan potensi pasaran kelapa yang semakin cerah ini. Di samping itu, corak kecenderungan pengguna terhadap produk kelapa perlu dibuat penelitian bagi mengetahui kehendak pengguna supaya perancangan pembangunan varieti dan pemasaran selari dengan keperluan pengguna. Objektif kajian ialah untuk mengenal pasti potensi pasaran kelapa segar dan produk makanan berasaskan kelapa (PMBK). Selain itu kajian ini akan mengenal pasti kecenderungan pengguna terhadap kelapa segar dan produk makanan berasaskan kelapa.

3.3 METODOLOGI KAJIAN

3.3.1 Pengumpulan data primer dan sekunder

Kajian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh menerusi pangkalan data statistik antarabangsa seperti Comtrade dan FAO. Data-data sekunder ini kebanyakannya digunakan untuk mendapatkan maklumat perdagangan, pengeluaran dan produktiviti semasa produk-produk kelapa. Lantas, maklumat ini akan digunakan untuk memenuhi kehendak objektif pertama iaitu mengukur potensi pasaran PMBK di Malaysia dan global.

Bagi mencapai objektif kedua berkaitan kecenderungan pengguna terhadap PMBK, data primer diperoleh melalui kaedah survei yang dibuat di seluruh negara iaitu Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak. Sebanyak enam zon pensampelan dibuat untuk mendapatkan responden yang dibahagikan kepada zon utara, selatan, timur, tengah, Sabah dan Sarawak. Pemilihan responden pengguna ini dibuat secara pensampelan rawak mudah. Sebanyak 649 orang pengguna telah ditemu bual bagi mendapatkan data kajian ini. Menurut Sudman (1976) dan Hair et. al (2008), jumlah responden yang melebihi 600 atau lebih telah mencukupi untuk diambil maklumat dengan menggunakan pensampelan mudah, *Rajah 3.1* menunjukkan pecahan taburan responden bagi kajian ini.



Rajah 3.1: Pecahan responden pengguna mengikut zon

3.3.2 Analisis kajian

Potensi industri dikenal pasti dengan menganalisis data sekunder menggunakan kaedah graf tren, pertumbuhan purata tahunan dan pengiraan saiz pasaran bermula dari tahun 2010 hinggalah tahun semasa mengikut ketersediaan data yang ada. Kemudiannya bagi data-data primer beberapa kaedah digunakan antaranya kaedah statistik keperihalan atau deskriptif untuk melihat peratusan latar belakang responden dan gelagat kecenderungan responden. Kaedah ini biasa digunakan oleh penyelidik sebagai ringkasan mudah dalam menghasilkan sesuatu rumusan dan keputusan awal. Selain itu, 'analisis faktor' turut digunakan untuk mengenal pasti faktor yang mempengaruhi pembelian dan pemilihan PMBK. Kaedah ini mengkategorikan pemboleh ubah berdasarkan faktor muatan (*factor loading*) dan *cummunality*. Terdapat syarat-syarat khusus untuk menentukan analisis faktor boleh dijalankan atau tidak iaitu dengan menjalankan terlebih dahulu ujian Bartlett's dan Kaiser-Mayer-Olkin (KMO). Sekiranya nilai KMO dan Bartlett's melebihi 0.5, maka data kajian ini sesuai untuk dibuat analisis faktor. Di samping itu, aras konsistensi dalaman instrumen kajian diukur terlebih dahulu dan nilai *Cronbach's alpha* hendaklah melebihi 0.7. Teknik analisis komponen utama dan VARIMAX digunakan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kelapa dan PMBK. Komponen ditentukan berdasarkan nilai eigen 1.0 manakala faktor muatan dan *cummunality* pula ditetapkan pada sekurang-kurangnya 0.50 untuk memastikan faktor adalah signifikan (Irwan dll. 2007). Selain itu, beberapa teknik statistik lain turut digunakan seperti nilai khi-kuasa dua dan ujian-t untuk menguji hubungan profil responden dengan kadar dan gelagat pembelian.

3.4 DAPAT KAJIAN DAN PERBINCANGAN

3.4.1 Senario dan potensi pasaran PMBK

Industri kelapa dunia berkembang dengan pesat melangkaui lebih dari 93 buah negara serata dunia meliputi kawasan penanaman melebihi 12 juta hektar dan pengeluaran kelapa dunia melebihi 60 bilion biji setiap tahun. Dalam *Rajah 3.2*, Indonesia, Filipina dan India merupakan tiga buah negara pengeluar kelapa dunia sejak tahun 2010. Masing-masing dengan 33%, 27% dan 21% pegangan dunia. Pada masa ini, 80% daripada bekalan kelapa global berasal dari Asia di mana ia merupakan sumber penting pendapatan bagi kebanyakan negara. Malaysia berada di kedudukan ke-10 dunia dengan saiz pengeluaran satu peratus daripada keluaran dunia selepas Thailand dan Vietnam. *Rajah 3.2* menunjukkan sepuluh negara pengeluar kelapa dunia mengikut peratusan saiz pengeluaran. Manakala *Jadual 3.1* menunjukkan data pengeluaran kelapa di dunia dari tahun 2010 sehingga 2014.

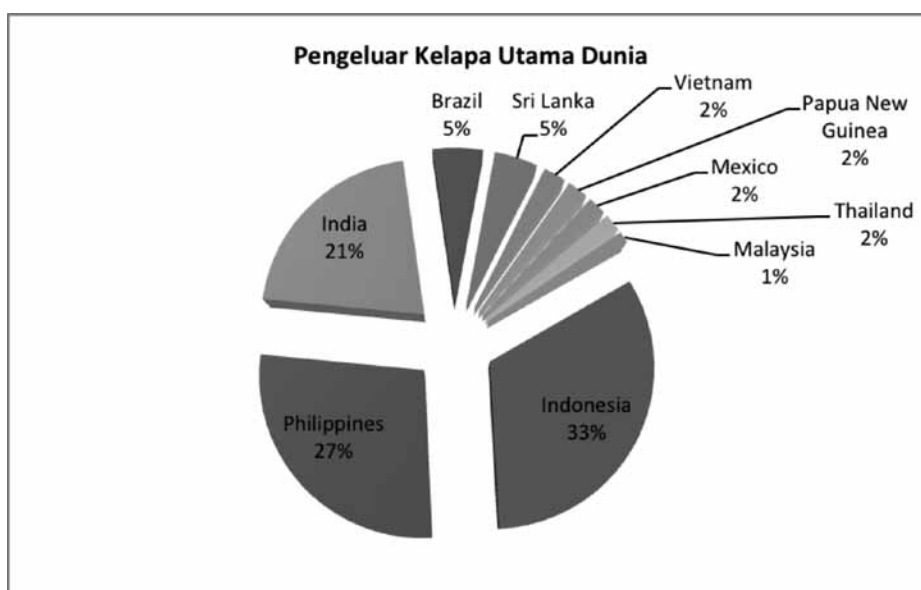
Pengeluaran kelapa paling banyak direkodkan pada tahun 2012 dengan pengeluaran sebanyak 72.1 bilion biji kelapa dan pengeluaran kopra sebanyak 6.2 juta tan metrik meliputi 12.2 juta ha kawasan penanaman di seluruh dunia. Namun, pada tahun 2014, jumlah pengeluaran dilihat semakin berkurang dari segi pengeluaran kelapa biji dan kopra berikutan pengurangan keluasan penanaman kelapa dunia. Selain daripada produk segar, kelapa juga boleh menghasilkan produk-produk makanan lain untuk kegunaan industri dunia *Jadual 3.2* merupakan produk-produk makanan hasilan dari kelapa untuk tujuan dagangan dunia.

Di kalangan produk makanan berasaskan kelapa, minyak kelapa merupakan produk yang paling banyak didagangkan iaitu dieksport kira-kira 2 juta tan setahun dari tahun 2010 sehingga 2014. Selain itu, isi kopra juga mendapat permintaan eksport sebanyak 1 juta metrik tan hampir tiap-tiap tahun dari 2010 sehingga 2014. Lain-lain produk yang mendapat permintaan eksport adalah seperti kelapa segar, kelapa serbuk dan santan (bentuk cecair dan serbuk). Jumlah import

hasilan kelapa di dunia meliputi minyak kelapa dan isi kopra kelapa masing-masing dengan 2 juta metrik tan dan 1 juta tan diperdagangkan pada tahun 2010 sehingga 2014. Potensi pasaran dilihat semakin meningkat bagi produk minyak kelapa kerana setiap tahun nilai eksport dan importnya melebihi 2 juta tan metrik. Corak trend ini dilihat sebagai peluang kepada Malaysia untuk meningkatkan eksport minyak kelapa ke pasaran global.

Namun fenomena yang agak berlainan berlaku di Malaysia. Kadar penghasilan minyak kelapa mengalami keadaan yang tidak menentu dan mencapai penghasilan sebanyak 65.3 metrik tan pada 2013 dan turun mendadak pada tahun 2014 kepada 43.1 metrik tan. Penghasilan kelapa kopra juga semakin berkurangan dari 20.3 metrik tan kepada 3.6 metrik tan dalam tempoh 4 tahun (2010 – 2013). *Jadual 3.3* di bawah menunjukkan pengeluaran dan produk utama PMBK di Malaysia dari tahun 2010 sehingga 2014.

Berikutan pengurangan kawasan bertanam di Malaysia, eksport kelapa di Malaysia juga terkesan dengan tidak menentu. Pada tahun 2010 jumlah eksport mencatatkan sebanyak 12.3 metrik tan dengan nilai dagangan sebanyak RM7.6 juta. Nilai dagangan eksport yang paling tinggi dicatatkan pada tahun 2011 iaitu sebanyak RM29.89 juta dengan 55.58 metrik tan kelapa didagangkan. Nilai import juga mengalami nilai dagangan yang tidak menentu dan yang tertinggi dicatatkan pada tahun 2011 iaitu sebanyak 77.2 metrik tan dengan nilai dagangan sebanyak RM39.7 juta dicatatkan. *Jadual 3.4* menunjukkan nilai dan jumlah import eksport kelapa Malaysia.



Rajah 3.2: Sepuluh negara pengeluar utama kelapa dunia

Jadual 3.1: Pengeluaran kelapa dunia, 2010 – 2014

Tahun	Kawasan Penanaman (1000 Ha)	Pengeluaran Kelapa	
		Biji (1000 Biji)	Kopra (MT)
2010	12,021	65,648,073	6,291,843
2011	12,035	65,381,223	5,143,244
2012	12,241	72,063,535	6,235,914
2013	12,224	70,931,792	6,122,220
2014	12,196	69,836,361	5,253,415

Sumber: Statistik Agromakanan, 2013, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia

Jadual 3.2: Eksport import kelapa dan PMBK di dunia, 2010-2014

Tahun	2010	2011	2012	2013	2014
Jenis Produk Kelapa	Eksport (Metrik Tan)				
Kelapa segar (MT)	302,240	446,053	373,758	481,819	729,104
Kopra (MT)	114,305	162,884	167,866	106,794	185,526
Minyak kelapa (MT)	2,417,041	1,860,582	2,083,854	2,230,963	2,190,911
Isi kelapa kopra (MT)	1,014,463	611,710	1,060,417	1,184,585	866,441
Kelapa parut (MT)	354,485	386,286	360,916	386,319	440,983
Coconut milk/cream and milk powder (MT)	123,583	169,482	147,647	76,654	38,833
	Import (Metrik Tan)				
Coconut oil (MT)	2,587,567	2,109,062	2,018,441	2,462,181	2,065,444
Copra meal (MT)	1,138,907	614,555	675,445	674,995	291,608
Desiccated coconut (MT)	301,435	308,775	313,108	478,658	502,148

Jadual 3.3: Pengeluaran dan produk utama PMBK di Malaysia

Tahun	Kawasan Bertanam (Ha)	Pengeluaran kelapa/produk kelapa				
		Biji (Juta)	Kopra Persamaan (MT)	Kopra (MT)	Minyak Kelapa (MT)	Isi Kopra (MT)
2010	105,659	550	110,028	20,300	46,600	8,800
2011	106,312	563	112,511	10,600	34,400	3,800
2012	100,996	624	124,830	6,300	65,200	3,300
2013	87,974	625	124,945	3,600	65,300	3,300
2014	87,550	653	130,698	-	43,100	3,900

Sumber: Statistik Agromakanan, 2013, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia

Jadual 3.4: Nilai dan jumlah import eksport kelapa Malaysia

Tahun	Eksport (MT)	Nilai (RM'000)	Import (MT)	Nilai (RM'000)
2010	12,263	7,618	58,711	23,162
2011	55,588	29,892	77,212	39,770
2012	18,498	11,823	70,018	34,475
2013	53,127	28,797	25,018	15,032
2014	48,247	27,720	68,053	39,083

Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2015

Kelapa kopra

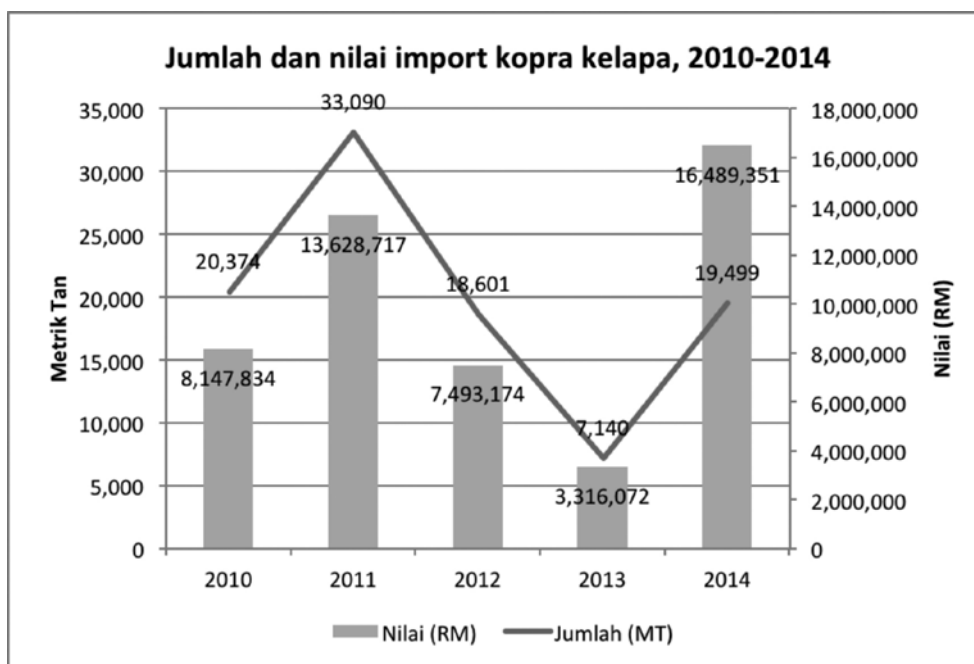
Malaysia turut memperdagangkan kelapa kopra kepada negara ASEAN sekitar pada tahun 2010 sehingga 2014. Jumlah dagangan semakin meningkat dari tahun 2010 sehingga 2012 dan menurun pada tahun 2013 dan 2014. Malaysia banyak mengeksport kelapa kopra ke negara Filipina diikuti oleh Thailand dan Singapura. *Jadual 3.5* menunjukkan eksport kopra mengikut metrik tan dan nilai dagangan dari tahun 2010 hingga 2014.

Import kopra di Malaysia menunjukkan penurunan dari tahun 2011 sehingga 2014. Penurunan ini begitu ketara dari 33 ribu Metrik Tan pada 2011 kepada 19 ribu Metrik Tan pada tahun 2014. Di antara negara pengimport kelapa kopra, Indonesia merupakan negara pengimport utama dari Malaysia untuk kelapa kopra ini sejak tahun 2010 sehingga 2014. Selain itu negara seperti Zimbabwe, Australia, Kiribati dan Papua New Guinea juga merupakan negara pengimport kelapa kopra negara. *Rajah 3.3* menunjukkan jumlah metrik tan dan nilai import manakala *Jadual 3.6* menunjukkan senarai negara pengimport kopra dari Malaysia.

Jadual 3.5: Eksport kopra nilai dan jumlah, 2010 – 2014

Negara destinasi	2010	2011	2012	2013	2014
Indonesia	-	-	-	-	2.74
Filipina	756	747	1,161	709	681
Singapura	-	250	280	-	-
Thailand	14	119	65	2,108	-
Vietnam	-	25	-	-	-
Jumlah MT	770	1,141	1,946	711	684
Nilai RM '000	713	1,067	1,653	746	725

Sumber: Comtrade, 2016



Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2014

Rajah 3.3: Import kopra nilai dan jumlah, 2010 – 2014

Jadual 3.6: Negara pengimport kopra dari Malaysia

Tahun	Pengimport	Metrik tan '000	Nilai USD
2011	Indonesia	32,922	4,303,684
2014	Indonesia	18,430	3,977,696
2010	Indonesia	20,374	2,536,336
2012	Indonesia	18,564	2,402,591
2013	Indonesia	6,753	856,094
2014	Kiribati	795	546,445
2014	Australia	273	187,102
2013	Papua New Guinea	278	141,229
2011	FS Micronesia	141	132,573
2013	Australia	108	55,193
2012	Mozambique	37	21,864
2011	Togo	24	17,624
2010	India	0.057	11
2013	India	0.011	9

Sumber: Comtrade

Minyak kelapa

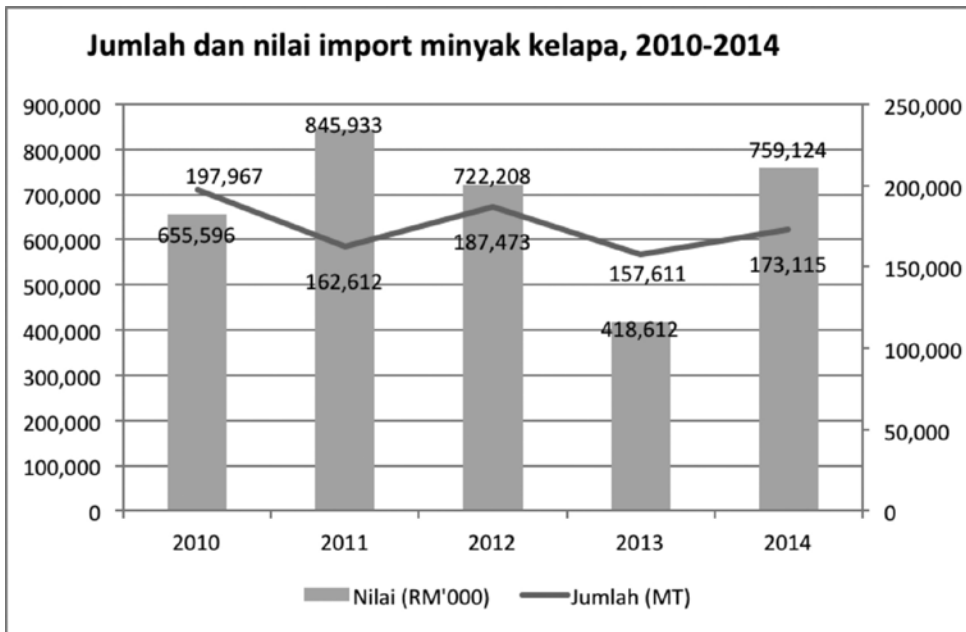
Tahun 2011 menunjukkan nilai dagangan minyak kelapa yang paling tinggi dengan nilai import mencatatkan RM845 juta dan jumlah import sebanyak 162 metrik tan. Namun jumlah dan nilai dagangan import terus menurun sehingga tahun 2013 dan meningkat kembali pada tahun 2014 sebanyak RM759 juta. *Jadual 3.7* merupakan negara pengeksport utama minyak kelapa ke Malaysia. Nilai import minyak kelapa negara Indonesia ke Malaysia melebihi 98 juta kilogram pada tahun 2013 sehingga 2014.

Malaysia banyak mengeksport minyak kelapa ke serata dunia terutamanya ke negara Eropah dan Amerika. Jika dilihat nilai eksport ke negara Amerika meningkat dari tahun 2010 iaitu 15.5 metrik tan tetapi berkurangan mendadak kepada 6 metrik tan pada tahun 2013. Secara amnya, nilai eksport minyak kelapa Malaysia mengalami keadaan yang berkurangan tetapi dengan kadar yang sedikit namun naik mendadak pada tahun 2014 sebanyak 187.6 metrik tan dengan nilai dagangan sebanyak RM834 juta. *Jadual 3.8* menunjukkan nilai dagangan negara pengimport minyak kelapa dari Malaysia.

Jadual 3.7: Negara pengeksport utama minyak kelapa ke Malaysia

2013		2014	
Negara	Import (Kg)	Negara	Import (Kg)
Indonesia	97,831,608	Indonesia	98,195,424
Filipina	25,779,140	Australia	10,015,070
Australia	9,682,303	Filipina	9,040,148
Papua New Guinea	4,908,060	Papua New Guinea	5,212,645
Fiji	2,993,282	Singapura	3,912,693

Sumber: Comtrade, 2017



Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2014

Rajah 3.4: Import minyak kelapa Malaysia 2010-2014

Jadual 3.8. Nilai dagangan negara pengimport minyak kelapa dari Malaysia 2010 – 2014

Negara Destinasi	2010	2011	2012	2013	2014
Eropah	39,823	43,151	29,016	28,483	28,978
Amerika	15,497	11,162	21,357	6,009	34,371
Lain-lain negara	77,644	89,298	86,410	96,576	124,316
Jumlah MT	132,964	143,611	136,783	131,068	187,665
Nilai RM '000	460,684	797,693	559,132	410,425	834,005

Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2014

Kelapa parut proses (*Dessicated coconut*)

Malaysia mengeksport kelapa proses iaitu jenis kelapa parut melebihi 7,897 metrik tan ke negara-negara di rantau Asia Pasifik diikuti benua Eropah sebanyak 1,089 tan pada tahun 2014. Nilai keseluruhan eksport ini melebihi 9,800 metrik tan yang bernilai RM34 juta. Selain itu, Malaysia juga turut mengeksport kelapa parut ke benua lain seperti Amerika dan Afrika. *Jadual 3.9* merupakan jumlah dagangan eksport kelapa parut Malaysia ke kebanyakan negara dunia mengikut kumpulan benua negara.

Nilai import kelapa parut proses Malaysia menunjukkan peningkatan yang ketara pada tahun 2010 sehingga 2014 iaitu daripada RM1.5 Juta kepada RM28 Juta. Keadaan ini adalah rentetan daripada permintaan yang tinggi terhadap kelapa parut di Malaysia. *Jadual 3.10* menunjukkan nilai dagangan import kelapa parut bagi Malaysia dari tahun 2010 sehingga 2014.

Rajah 3.5 menunjukkan negara pengeksport utama kelapa parut ke Malaysia pada tahun 2014 dan 2015. Indonesia merupakan negara terbesar pengeksport kelapa parut ke Malaysia diikuti oleh Filipina dan Singapura. Indonesia dan Filipina merupakan negara terbesar pengeluar kelapa parut dunia.

Jadual 3.9: Eksport kelapa parut nilai dan jumlah, 2010-2014

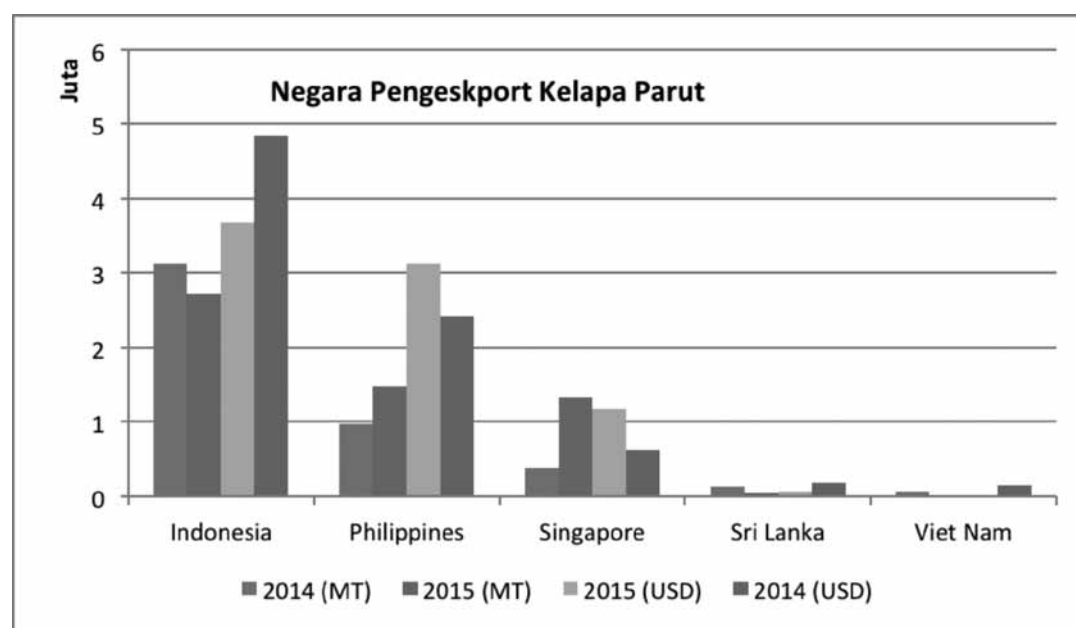
Negara Destinasi	2010	2011	2012	2013	2014
Eropah	367	452	294	100	1,089
Amerika	77	152	193	254	620
Afrika	141	63	370	20	56
Asia & Pasifik	6,177	7,527	6,846	6,711	7,897
Lain-lain negara	-	-	59	52	136
Jumlah MT	6,762	8,194	7,762	7,137	9,800
Nilai RM '000	11,655	19,371	17,148	14,344	34,496

Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2014

Jadual 3.10: Import kelapa parut, 2010 – 2014

Tahun	Jumlah (MT)	Nilai (RM)
2010	371	1,517,907
2011	2,262	12,773,628
2012	3,060	15,263,260
2013	4,043	17,426,612
2014	4,722	28,775,572

Sumber: Comtrade, 2017



Rajah 3.5: Negara utama pengeksport kelapa parut ke Malaysia

Santan serbuk kelapa

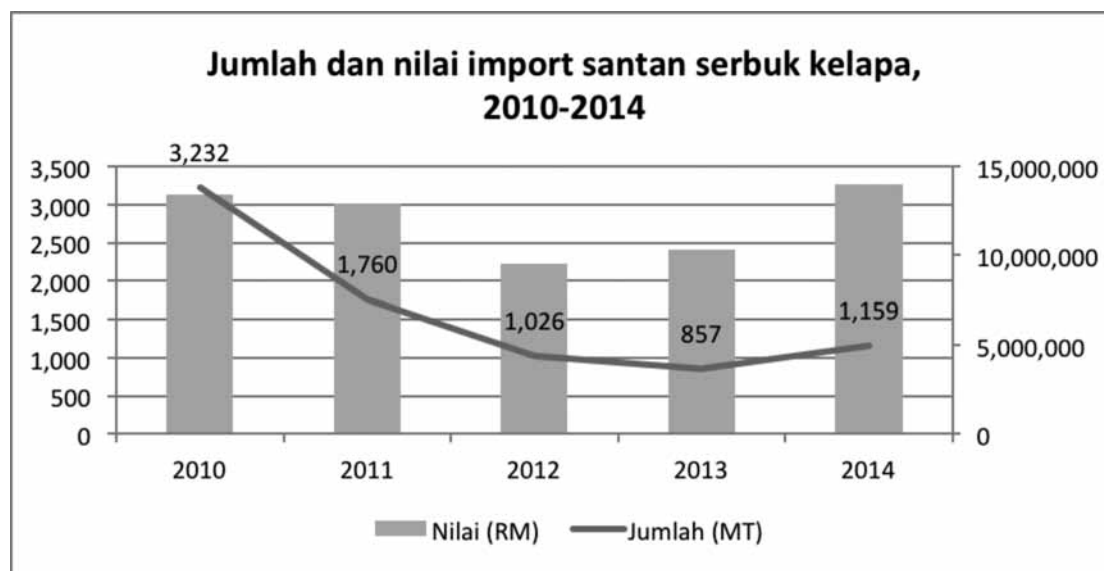
Nilai dagangan eksport santan serbuk kelapa yang tertinggi di dunia ialah Asia dan Pasifik dengan nilai melebihi 2000 MT bagi tempoh 2010 sehingga 2013. Sebagaimana yang dicatatkan pada *Jadual 3.11* menunjukkan benua Amerika mencatatkan jumlah dagangan import dari Malaysia yang tertinggi melebihi 1,000 tan setiap tahun dari 2010 sehingga 2013. Secara keseluruhannya, nilai dagangan setiap tahun melebihi 3,000 tan yang bernilai antara RM33 juta sehingga RM50 juta dari tahun 2010 sehingga 2013.

Santan serbuk kelapa banyak diimport pada tahun 2014 dengan nilai import sebanyak 1,159 tan bernilai RM13 juta. Sebagaimana ditunjukkan pada *Rajah 3.6*, kadar import santan kelapa serbuk ini meningkat dari tahun 2012 sehingga tahun 2014 dengan peningkatan yang agak ketara. Namun jika dilihat trend import dari tahun 2010 sehingga 2012 nilai import sedikit merosot berkemungkinan permintaan terhadap santan serbuk kelapa mengalami penurunan permintaan dan pengguna lebih suka menggunakan santan kelapa yang segar.

Jadual 3.11: Eksport serbuk santan kelapa jumlah dan nilai 2010 – 2013

Negara Destinasi	2010	2011	2012	2013
Eropah	88	122	80	56
Amerika	1,038	1,428	1,080	1,234
Afrika	72	82	69	125
Asia & Pasifik	2,014	2,293	2,264	2,185
Jumlah MT	3,213	3,925	3,493	3,600
Nilai RM '000	33,491	50,854	43,296	45,905

Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2014



Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2014

Rajah 3.6: Jumlah dan nilai import santan kelapa serbuk Malaysia

3.4.2 Kecenderungan pengguna terhadap PMBK

Profil responden

Kajian ini melibatkan 649 orang pengguna di seluruh Malaysia yang mana 77% adalah responden dari Semenanjung Malaysia dan selebihnya dari Sabah dan Sarawak. 62% daripada responden adalah golongan wanita. Hampir 50% daripada responden berlatar belakang pendidikan sekolah menengah diikuti pendidikan universiti dan sekolah rendah manakala selebihnya 1.2% tidak pernah bersekolah. Majoriti responden berpendapatan kurang daripada RM1,000 sebulan diikuti lingkungan RM1,001 hingga RM2,000. Latar belakang profil responden ini akan digunakan untuk dikaji hubungannya dengan gelagat pembelian produk kelapa. Maklumat terperinci profil responden bagi pengguna ditunjukkan dalam *Jadual 3.12*.

Pembelian terhadap PMBK

Sebanyak 12 produk makanan berasaskan kelapa telah disenaraikan untuk dinilai status pembelian oleh responden. 4,811 respons dapat dihasilkan daripada 649 orang responden. Ternyata majoriti responden memang pernah dan telah membeli air kelapa muda segar diikuti santan segar dan kelapa goncang atau lebih popular disebut *coconut shake*. Butiran lengkap status “pernah beli” PMBK seperti ditunjukkan pada *Jadual 3.13*.

Jadual 3.12: Profil responden

Profil Pengguna	N = 649	%
Lokasi		
Zon Utara	116	17.8
Zon Selatan	111	17.2
Zon Timur	156	24.0
Zon Tengah	118	18.2
Zon Sabah	71	11.0
Zon Sarawak	77	11.8
Jantina		
Lelaki	245	37.8
Perempuan	404	62.2
Tahap Pendidikan		
Tidak Bersekolah	8	1.2
Sekolah Rendah	32	4.9
Sekolah Menengah	323	49.8
Universiti/Kolej	286	44.1
Pendapatan Sebulan (RM)		
< 1001	233	35.9
1001 – 2000	190	29.3
2001 – 3000	100	15.4
3001 – 4000	58	9.0
4001 – 5000	35	5.4
≥ 5000	33	5.1

Jadual 3.13: Status pembelian PMBK

Produk Kelapa	K	Peratusan
Air kelapa muda	749	15.6
Santan segar	599	12.5
Coconut shake	593	12.3
Jeli kelapa	528	11.0
Kelapa parut	485	10.1
Santan kotak/santan UHT	427	8.9
Kerisik	371	7.7
Minyak kelapa	304	6.3
Nata de coco	281	5.8
Santan serbuk	179	3.7
Minyak kelapa dara	175	3.6
Sagun Kelapa	120	2.5
Jumlah	4811	100.0

Pengetahuan varieti kelapa

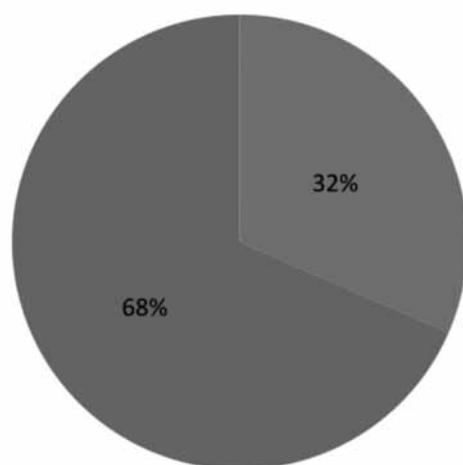
Daripada 649 orang responden, 68% daripadanya memang tidak kenal jenis varieti kelapa setelah ditunjukkan buah kelapa.

Penggunaan dan kecenderungan terhadap air kelapa muda

Pengeluaran kelapa di peringkat ladang tidak boleh dibuat sewenang-wenangnya tanpa mengetahui kecenderungan pengguna terhadap jenis varieti yang diminati oleh pengguna. Dapatan survei ke atas pengguna yang tahu jenis varieti kelapa dan pada masa yang sama membeli air kelapa muda menunjukkan majoritinya (46%) lebih suka kepada varieti Pandan dan diikuti Matag (12.3%). Namun 24% lagi sememang tidak kisah apa sahaja varieti air kelapa muda yang ditawarkan pasti akan dibeli. Oleh yang demikian pihak pengeluar kelapa yang bercadang untuk memasarkan kelapa sebagai kelapa muda bolehlah menumpukan penanaman varieti Pandan untuk diusahakan namun usaha ini hendaklah selari dengan kadar produktiviti bagi setiap varieti bagi memaksimumkan pendapatan petani.

Kecenderungan pengguna terhadap air kelapa muda sangat tinggi daripada jenis Pandan adalah kerana airnya lebih wangi manakala bagi Matag kerana airnya manis serta isi kelapanya yang lembut. Umum mengetahui biasanya saiz kelapa muda menggambarkan kuantiti air yang ada di dalamnya, namun kebanyakan pengguna (46 %) sebenarnya tidak peduli mengenai saiz kelapa asalkan airnya cukup untuk diminum mengikut kelaziman pada satu-satu masa (43%). Dari segi warna kelapa, kebanyakan pengguna lebih suka memilih yang berwarna hijau (69%) diikuti kuning (6.5%) dan merah (1%). Selebihnya 24% tidak kisah sangat berkenaan warna kelapa. Ujian khi-kuasa dua menunjukkan terdapat perbezaan signifikan antara kelas-kelas warna yang diuji pada aras 0.05.

Julat harga air kelapa muda bagi setiap biji adalah antara RM2.00 hingga RM13.00 bergantung di mana lokasi pembelian sama ada di gerai tepi jalan, restoran atau hotel. Ujian statistik kenormalan terhadap julat ini tertabur secara normal. Secara keseluruhannya, median harga bagi air kelapa muda yang dijual di seluruh Malaysia ialah RM3.50 sebiji. Purata kekerapan pembelian air kelapa muda yang diperolehi menerusi kajian ini ialah tiga kali pembelian sebulan dengan kuantiti dua biji kelapa muda bagi setiap pembelian. Mengambil kira bilangan penduduk Malaysia seramai 31.5 juta dan 17% daripadanya membuat transaksi pembelian kelapa muda. Maka jangkaan penggunaan kelapa muda semasa ialah 32.13 juta biji sebulan.



■ Kenal Varieti ■ Tidak Kenal Varieti

Rajah 3.7: Tahap pengetahuan varieti kelapa

Jadual 3.14: Kecenderungan varieti kelapa muda

Jenis Varieti	K	Peratusan
Pandan	122	45.5
Tidak kisah varieti	64	23.9
Matag	33	12.3
Mawa	20	7.5
Gading	20	7.5
Malayan Tall	6	2.2
Lain-lain	3	1.1
Jumlah		100.0

Mungkin ramai pengguna yang tidak menyedari, di pasaran hari ini telah ada air kelapa yang dijual dalam kotak dan tin. Sebanyak 62% daripada responden kajian tidak pernah minum air kelapa yang siap dibungkus secara kotak dan tin. Namun bagi yang pernah menggunakan produk ini, 52% daripadanya mengatakan produk ini sedap dan akan membelinya lagi pada masa akan datang.

Penggunaan dan kecenderungan terhadap kelapa parut dan santan

Rata-rata pengguna mengatakan harga kelapa parut yang dibeli antara RM2-RM9 sekilo dengan puratanya RM4.00 per kilo. Dari segi kekerapan pembelian adalah pada kadar tiga kali sebulan dengan kuantiti sekilo bagi setiap kali pembelian kelapa parut dibuat. Kedai runcit dan pasar basah masih menjadi tumpuan utama bagi pengguna mendapatkan kelapa parut.

Tiga jenis santan telah digunakan untuk dibuat perbandingan iaitu santan segar, santan kotak (santan UHT) dan santan serbuk. Daripada ketiga-tiga jenis santan tersebut didapati pengguna lebih cenderung menggunakan santan segar (71%) diikuti santan kotak (26%) dan santan serbuk (3%). Santan segar lebih diyakini kesegarannya, kualiti dan selamat daripada bahan pengawet. Namun bagi pengguna yang menggunakan santan kotak dan santan serbuk alasan penggunaannya ialah mudah digunakan, santan tersebut boleh disimpan lama dan ia digunakan ketika sebagai alternatif ketika ketiadaan santan segar.

Mungkin ramai yang tidak mengetahui kewujudan santan alternatif selain daripada kelapa iaitu santan kelapa sawit. Jika dibuat tinjauan di pasar raya telah ada beberapa pengeluar santan kelapa sawit ini dengan pelbagai jenama. Namun daripada 475 orang pengguna yang memberi maklum balas, hanya 13.7% sahaja yang pernah menggunakan santan kelapa sawit. Ternyata santan kelapa lebih dominan dalam mendapat kepercayaan pengguna untuk digunakan dalam aktiviti masakan harian.

Penggunaan dan kecenderungan terhadap lain-lain PMBK

Terdapat dua jenis minyak kelapa di pasaran; yang pertamanya minyak kelapa biasa yang mana banyak digunakan sebagai bahan masakan terutamanya sesetengah masyarakat kampung yang masih menggunakan minyak kelapa sebagai minyak masak. Selain itu juga digunakan sebagai minyak urut. Yang keduanya ialah minyak kelapa dara yang banyak digunakan untuk tujuan kesihatan seperti untuk diminum mengikut dos yang ditetapkan, juga digunakan sebagai penjagaan diri khususnya minyak rambut dan mengelak kekeringan kulit. Harga minyak kelapa dara sedikit mahal berbanding minyak kelapa biasa. Terdapat beberapa jenama minyak kelapa dara di pasaran antaranya An-Nur, Bio Asli, ItWorks dan lain-lain lagi.

Tinjauan untuk melihat kadar pembelian beberapa PMBK yang lain seperti *coconut shake*, kerisik, jeli kelapa dan sagun menunjukkan tiadanya perubahan tahap pembelian atau sama sahaja kuantiti belian berbanding tahun-tahun lepas. Purata anggaran bagi setiap pengguna berbelanja setiap bulan terhadap *coconut shake* ialah RM9.80 diikuti kerisik RM6.70, jeli kelapa RM6.00 dan sagun ialah RM3.30.

Saluran pasaran PMBK

Sebanyak enam lokasi utama telah disenaraikan di dalam borang soal selidik untuk mengetahui tumpuan utama pengguna membeli PMBK. Pada umumnya pengguna membeli PMBK dari pelbagai kedai mengikut keperluan dan keselesaan mereka. Namun begitu, hasil daripada kajian ini menunjukkan pasar raya dan hypermarket merupakan pilihan utama pengguna. Secara spesifiknya, air kelapa muda kebanyakannya dibeli dari gerai tepi jalan, santan segar dari pasar segar dan basah, kelapa parut dari pasar basah dan kedai runcit, kerisik dari pasar segar

manakala lain-lain produk kebanyakan dibeli dari pasar raya. Maklumat lengkap peratusan saluran pasaran PMBK seperti ditunjukkan pada *Jadual 3.15*.

Faktor yang mempengaruhi pembelian PMBK

Banyak kajian yang lalu menjelaskan kaitan di antara pengguna dan orientasi pemasaran dalam menentukan corak pembelian produk makanan dan hala tuju industri makanan (Meulenberg dan Viaene, 1998). Thomson dan Kidwell (1998) pula mendapati, kemudahan seseorang pengguna mendapatkan produk makanan atau lokasi premis memberi impak kepada keputusan pengguna membeli produk makanan. Sementara kajian Verkebe (2000) di Belgium menunjukkan di antara faktor utama pengguna membeli daging ialah disebabkan kepentingan

Jadual 3.15: Saluran pasaran PMBK mengikut peratus pembelian

Produk	K	Gerai Tepi Jalan	Pasar Segar/Basah	Pasar raya	Pasar Tani	Pasar Malam	Kedai Runcit
Air Kelapa Muda	1148	51.4	10.9	3.4	12.2	18.7	3.4
Santan Segar	860	3.5	45.9	11.7	11.9	2.6	24.4
Santan Kotak	656	1.2	9.9	56.4	4.0	1.5	27.0
Santan Serbuk	387	3.6	12.4	50.4	6.7	2.3	24.5
Jeli Kelapa	776	31.8	9.4	17.0	13.9	17.4	10.4
Kerisik	590	4.6	31.5	19.2	11.2	5.1	28.5
Kelapa Parut	605	5.6	37.5	8.9	10.6	3.0	34.4
Sagun Kelapa	331	11.5	13.6	18.4	13.0	6.0	37.5
Gula Kelapa	413	4.8	21.1	27.4	12.3	5.3	9.1
Nata De Coco	524	3.1	6.1	67.7	3.6	2.1	17.4
Minyak Kelapa	515	3.7	12.0	45.2	8.5	6.8	23.7
Minyak Kelapa Dara	324	3.7	6.2	52.2	9.3	9.0	19.8
Jumlah	7129	128.5	216.5	377.9	117.2	79.8	260.1

kesihatan. Dalam kajian ini sebanyak 12 faktor yang berkemungkinan mempengaruhi pembelian PMBK dikenal pasti seperti di *Jadual 3.16*.

Kesemua 12 faktor ini dianalisis kebolehpercayaan (*reliability analysis*) dan didapati nilai *Cronbach's alpha* = 0.791. Menurut Field, apabila nilai *Cronbach's alpha* melebihi nilai 0.7 maka data-data bagi faktor ini boleh diteruskan bagi analisis faktor. Setelah dijalankan analisis faktor didapati nilai KMO = 0.792, maka dapatan analisis faktor ini boleh diterima kerana nilainya KMO melebihi 0.5 (Irwan dll. 2007).

Hasil analisis faktor yang mempunyai nilai eigen > 1.0 dijadikan faktor yang mempengaruhi pembelian. Faktor-faktor ini diukur menggunakan nisbah pekali piawai (a_{im}) seperti berikut: $a_{im} \leq 0.5$ = tidak signifikan, $0.5 < a_{im} < 0.69$ = sederhana, $0.7 < a_{im} < 0.79$ = tinggi, $a_{im} \geq 0.8$ = sangat signifikan (Abu Kasim 2008).

Jadual 3.17 memaparkan pola varimax bagi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian. Tiga faktor utama telah dapat di ekstrak menjelaskan 58.8% varians di dalam kajian. Faktor-faktor ini dikategorikan sebagai: "Pengaruh", "Lokaliti dan Harga" dan "Kesihatan".

Faktor pertama yang dilabelkan sebagai 'pengaruh' menerangkan 30.8% daripada keseluruhan bahagian ini. Faktor ini diwakili oleh empat item. Dua daripada item memberikan nilai korelasi yang sangat signifikan dan tinggi iaitu pengesyoran kawan-kawan (0.866) dan pengaruh iklan/promosi (0.86). Manakala dua item lagi memberikan nilai korelasi di antara

0.60 – 0.78. Daripada kajian ini faktor pengaruh masih lagi memberi kesan kepada pengguna untuk membeli PMBK.

Faktor kedua pula ialah “lokaliti dan harga” yang mempunyai nisbah varian hampir separuh daripada faktor pertama iaitu 18.19%. Terdapat tiga item di dalam faktor kedua iaitu murah, produk keluaran tempatan dan harga berpatutan. Kemudiannya faktor ketiga yang memberikan nilai nisbah terkecil iaitu 9.45%. Faktor ketiga ini dinamakan sebagai “kesihatan”. Terdapat tiga item di dalam faktor ketiga ini iaitu kecergasan diri, kandungan nutrisi dan adanya fungsi mengubati penyakit. Jika diperhatikan pada *Jadual 3.17* hanya sepuluh sahaja item yang disenaraikan kerana dua lagi item yang dianalisis terpaksa dibuang kerana mempunyai nilai korelasi yang sangat lemah iaitu di bawah nilai 0.3. Dua faktor tersebut ialah ‘produk mudah disimpan’ dan produk popular di pasaran’.

Jadual 3.16: Saluran pasaran PMBK

Kod	Pemboleh ubah	Kod	Pemboleh ubah
X ₁	Harga berpatutan	X ₇	Murah
X ₂	Pengaruh iklan/promosi	X ₈	Produk mudah disimpan
X ₃	Disyorkan kawan-kawan	X ₉	Produk keluaran tempatan
X ₄	Pembungkusan yang menarik	X ₁₀	Produk kelapa diimport
X ₅	Kandungan nutrisi	X ₁₁	Mengubati penyakit
X ₆	Meningkatkan kecergasan diri	X ₁₂	Produk popular di pasaran

Jadual 3.17: Faktor Pola Varimax – Perkara yang mempengaruhi pembelian

Perkara yang mempengaruhi pembelian	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Pengaruh			
Disyorkan kawan-kawan	.866		
Pengaruh iklan/promosi	.860		
Pembungkusan yang menarik	.784		
Produk kelapa diimport	.654		
Lokaliti dan Harga			
Murah		.717	
Produk Keluaran tempatan		.714	
Harga berpatutan		.608	
Kesihatan			
Kecergasan diri			.807
Kandungan nutrisi			.794
Mengubati penyakit			.733
% Variance	30.861	18.192	9.45
% Cumulative Variance	30.861	49.053	58.503
Eigen Value	3.703	2.183	1.134

3.5 SARANAN

Berdasarkan keputusan kajian yang dibincangkan, beberapa cadangan disarankan untuk perhatian dan tindakan pihak-pihak yang terlibat sama ada penyelidik biak benih, usahawan atau peniaga, pembuat polisi dan jabatan-jabatan kerajaan mahupun pihak swasta yang berkepentingan di dalam industri kelapa. Antara saranan dan cadangan adalah seperti berikut:

1. Pihak penyelidik biak benih kelapa perlu mengfokuskan penghasilan benih kelapa yang mempunyai nilai penghasilan produktiviti yang tinggi dan mempunyai daya rintang penyakit memandangkan keluasan tanaman kelapa yang semakin menurun maka di sinilah pentingnya teknologi benih kelapa yang boleh menghasilkan bekalan kelapa yang tinggi. Selain itu penyelidik biak benih mungkin boleh menghasilkan benih inbred yang lebih murah berbanding benih hibrid dengan kadar pengeluarannya sama atau melebihi kadar pengeluaran benih hibrid.
2. Pihak pembuat polisi di peringkat kerajaan perlu meningkatkan strategi untuk mengekalkan dan menambahkan lagi keluasan penanaman kelapa bagi meningkatkan lagi kadar pengeluaran kelapa negara rentetan daripada permintaan kelapa yang semakin meningkat dari tahun ke tahun sama ada permintaan di peringkat domestik mahupun global. Langkah ini juga penting bagi mengurangkan defisit dagangan dan kebergantungan bekalan kelapa import.
3. Pihak pengeluar atau usahawan tanaman kelapa tidaklah perlu terikut-ikut dengan trend semasa untuk menanam varieti Matag semata-mata. Usahawan perlulah mengenal pasti pasaran terlebih dahulu sama ada kelak ingin dijual sebagai kelapa muda atau sebagai kelapa tua. Jika ingin dijual sebagai kelapa muda disarankan ditanam kelapa pandan kerana melalui kajian ini jelas menunjukkan pengguna lebih cenderung memilih varieti pandan dan harganya lebih mahal berbanding varieti lain. Namun jika pasarannya ingin ditumpukan kepada kelapa tua maka perlulah memilih varieti yang berpotensi menghasilkan pengeluaran yang tinggi. Namun, penilaian ekonomi perlu dibuat bagi mengetahui sama ada berbaloi untuk menanam varieti yang harga benihnya mahal dan bolehkan penghasilannya menampung kos pengeluaran untuk beberapa tempoh masa tertentu.
4. Pihak pemproses makanan berasaskan kelapa juga perlu lebih aktif dalam memasarkan produk mereka serta mempertimbangkan faktor pengaruh promosi, lokasi, harga dan faktor kesihatan produk yang dihasilkan. Perhatikan potensi dan corak pembelian PMBK yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, pihak pemproses perlu mempelbagaikan lagi produk-produk berasaskan kelapa. Kini terdapat golongan masyarakat yang menolak konsumsi bahan makanan berasaskan binatang yang memungkinkan susu kelapa atau dengan nama lainnya santan berperanan sebagai bahan pengganti kepada susu lembu atau kambing yang ada di pasaran.

3.6 RUMUSAN

Dalam konteks sejarah, industri kelapa merupakan industri yang telah lama bertapak di Malaysia. Dahulunya ramai pemilik ladang kelapa yang menukarkan tanaman kelapa ini dengan tanaman kelapa sawit namun kini senario sebaliknya berlaku di mana ladang kelapa sawit pula sesetengahnya ditukar kepada tanaman kelapa. Hal ini disebabkan harga kelapa walaupun tidak pernah naik secara drastik namun harganya agak stabil di pasaran dengan kenaikan harga di ladang yang naik sedikit demi sedikit tidak seperti kelapa sawit harganya naik dan turun secara drastik hampir sepanjang masa. Produk makanan berasaskan kelapa seperti kopra, minyak kelapa, kelapa parut proses, santan dan serbuk kelapa dilihat mendominasi pasaran dagangan industri kelapa.

Di peringkat pasaran runcit pula rata-rata produk kelapa sememangnya mendapat permintaan yang tinggi daripada pengguna sama ada produk semi proses seperti air kelapa muda, santan, kerisik, gula kelapa dan minyak kelapa dan juga produk pemprosesan sepenuhnya seperti biskut kelapa, aiskrim kelapa, gula-gula kelapa, roti kelapa dan lain-lain lagi. Hampir mustahil untuk mendapatkan pengguna yang tidak pernah menggunakan produk kelapa di Malaysia melalui kajian ini. Jesteru, penemuan di dalam kajian ini boleh digunakan sebagai asas maklumat bagi merangka strategi membangunkan lagi industri kelapa di Malaysia seterusnya memantapkan lagi pelaksanaan program-program industri kelapa negara.

3.7 RUJUKAN

- Alit Pirmansah (2014). [Review of the Coconut statistically 2014]. In Coconut Statistically Yearbook 2014. Available from <http://www.apccsec.org>
- Comtrade (2016). Retrieve from <http://www.comtrade.org/> at 15 December 2016.
- Faostat (2016). Retrieve from <http://www.fao.org/faostat/> at 15 December 2016.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (2008) *Multivariate Data Analysis*, (7th ed.). Prentice Hall Publisher, Upper Saddle River, New Jersey
- Irwan. M. S., Nursilah, A., Abdul Manan, I., Azman A. R., (2007). Penggunaan masalah dalam pembelajaran subjek Usul Fiqh: Satu kajian di Universiti Sains Islam Malaysia. *Jurnal Syariah*, 15(1), 95-114.
- Ministry of Agriculture and Agrobased Industry (2015). [Review of the Agrofood Book]. Available from <http://www.moa.gov.my>.
- Ministry of Agriculture and Agro-based Industry. (2015). *Agrofood Statistic 2015*, Malaysia.
- Sudman, S. (1976) *Applied Sampling*. New York: Academic Press

