

4.0 KAJIAN DAYA SAING PASARAN EKSPORT DAN SOSIOEKONOMI BUAH-BUAHAN PREMIUM DI SINGAPURA

Suhana Safari, Dr. Chubashini Suntharalingam, Nur Fazliana Md Noh, Nor Azlina Saari, Salmiah Mahnoon, Farhain Sarmin dan Mohamad Faireal Ahmad

4.1 PENDAHULUAN

Sumbangan subsektor buah-buahan dalam sektor pertanian tidak dapat dinafikan sejak berzaman lagi. Pada tahun 2014, subsektor buah-buahan telah menyumbang sebanyak 9% kepada Keluaran Dalam Negara Kasar. Kadar sara diri (SSL) bagi buah-buahan telah mencapai pencapaian penuh iaitu melebihi kadar 100%. Trend ini dilihat akan terus meningkat seperti mana unjuran yang dibuat dalam polisi Dasar Agromakanan Negara (DAN) (2011-2020). Menurut jangkaan, industri ini akan berkembang sebanyak 6.3% di mana peningkatan SSL dari 100.2% (2014) ke 106.5% (2020). Permintaan buah-buahan tempatan juga sentiasa mendapat tempat di kalangan masyarakat. Jangkaan peningkatan permintaan akan terus meningkat sebanyak 21% daripada 2.7 juta tan metrik (2010) kepada 3.4 juta tan metrik (2020). Peningkatan ini turut selari dengan pertumbuhan populasi tahunan sebanyak 2.3% setahun sehingga tahun 2020 (Kementerian Pertanian Industri dan Asas Tani, 2011).

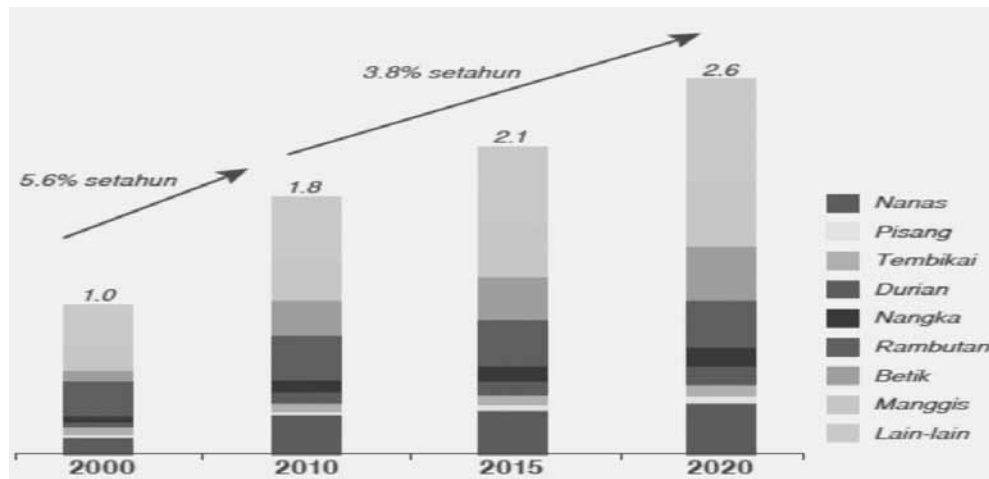
Rajah 4.1 menunjukkan pencapaian dan unjuran pengeluaran buah-buahan mengikut jenis (2000-2020). Peningkatan pengeluaran dijangkakan akan terus meningkat dengan kadar pertumbuhan tahunan sebanyak 3.8% dari tahun 2010 hingga 2020 iaitu peningkatan daripada 1.8 juta tan metrik kepada 2.6 juta tan metrik. Tumpuan perlu diberikan kepada pengeluaran yang lebih produktif bagi buah nanas, rambutan, betik dan manggis kerana kebolehan dan kemampuan pengeluaran berskala besar.

Di bawah Rancangan Malaysia Kesebelas (RMK-11), sembilan jenis buah-buahan premium telah difokuskan. Buah-buahan ini ialah betik, pisang, tembikai, belimbing, nangka, nanas, mangga, durian dan manggis. Antara inisiatif utama subsektor ini di dalam RMK-11 adalah untuk meningkatkan sumbangan dalam KDNK di samping mempertingkatkan daya saing negara. Menurut laporan Jabatan Pertanian Malaysia, pada tahun 2014 sejumlah 143,000 hektar tanaman buah-buahan premium dengan kuantiti pengeluaran sebanyak 1.27 juta tan metrik setahun sedang diusahakan oleh petani buat masa ini. *Jadual 4.1* menunjukkan jumlah keseluruhan keluasan bertanam buah-buahan premium mengikut jenis pada tahun 2014. Buah durian merupakan buah premium paling luas diusahakan iaitu sebanyak 53% (75,370 hektar), diikuti oleh pisang 19% (27,093 hektar). Buah tembikai dan nanas masing-masing menduduki tangga yang sama dengan peratusan 8% manakala bagi buah-buahan lain berada di bawah 4%.

Rajah 4.2 menunjukkan jumlah dan nilai pengeluaran buah-buahan premium 2014. Secara keseluruhannya nilai pengeluaran buah-buahan premium bagi tahun 2014 mencatatkan sebanyak RM3.82 bilion. Buah durian merupakan buah premium yang telah mendominasi jumlah pengeluaran selari dengan keluasan tanamannya yang tertinggi iaitu sebanyak 376 ribu tan metrik (RM1.98 bilion) dan diikuti oleh pisang sebanyak 298 ribu tan metrik (RM614 juta). Buah tembikai dan nanas masing-masing menduduki tangga yang sama dengan jumlah pengeluaran hampir sebanyak 250 ribu tan metrik manakala bagi buah-buahan lain masih berada di bawah jumlah pengeluaran 50 ribu tan metrik pada tahun 2014.

Jadual 4.2 menunjukkan data perdagangan (eksport dan import) buah-buahan Malaysia pada tahun 2014. Malaysia telah mengekspor buah-buahan sebanyak 330 ribu tan metrik bernilai RM793 juta dan mengimport buah-buahan sebanyak 732 ribu tan metrik (RM2.32 bilion). Jumlah import menunjukkan perbezaan sebanyak 55% berbanding nilai yang diekspor. Justeru imbalan perdagangan menunjukkan nilai yang negatif iaitu sebanyak 402 ribu tan metrik berjumlah RM1.2 bilion. Walau bagaimanapun, peningkatan import ini adalah untuk kategori buah-buahan yang tidak sesuai ditanam di Malaysia (epal, oren limau, mandarin, pir, anggur dan kurma) iaitu sebanyak 65%. Justeru, bagi mengurangkan jurang imbalan perdagangan ini, pasaran eksport buah-buahan tempatan terutama betik, nangka, nanas, belimbing, tembikai dan pisang perlu dikembangkan di pasaran baru seperti China dan Timur Tengah. Strategi memperkukuhkan lagi pasaran yang sedia ada seperti di Singapura, Hong Kong, Indonesia dan Belanda perlu diteruskan seperti mana yang telah ditetapkan dalam Dasar Agromakanan Negara.

4.2 LATAR BELAKANG



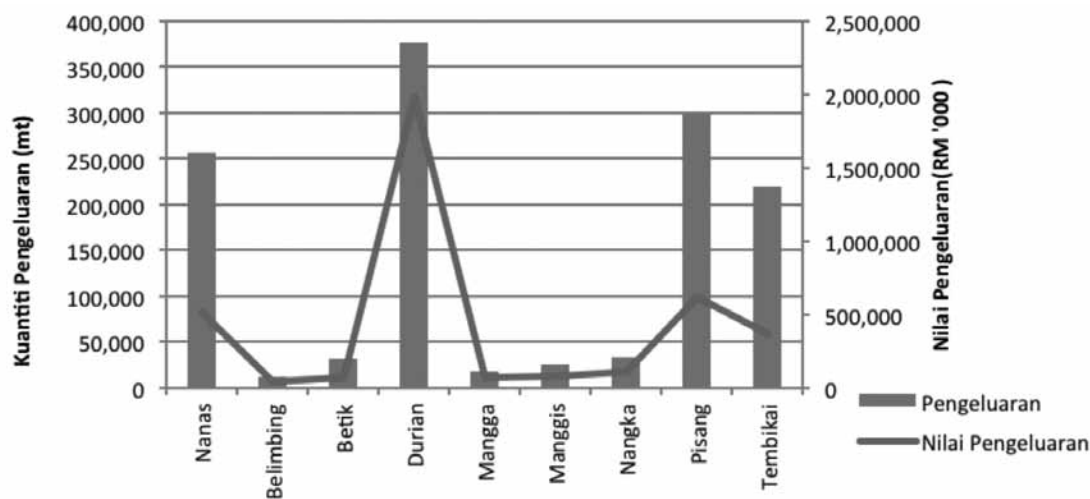
Sumber: Dasar Agromakanan Negara, 2011-2020

Rajah 4.1: Pencapaian dan unjuran pengeluaran buah-buahan mengikut jenis, 2000 – 2020 (Juta Tan Metrik)

Jadual 4.1: Keluasan bertanam buah-buahan premium Malaysia, 2014

Jenis Buah	Keluasan Bertanam (hektar)	Peratus %
Durian	75,370	53
Pisang	27,093	19
Tembikai	11,174	8
Nanas	10,987	8
Mangga	5,283	4
Manggis	4,117	3
Nangka	4,916	3
Betik	1,940	1
Belimbing	846	1

Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia



Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia

Rajah 4.2: Jumlah hasil dan nilai pengeluaran buah-buahan premium Malaysia, 2014

Jadual 4.2: Data perdagangan eksport, import dan imbalan buah-buahan Malaysia 2014

Petunjuk	Eksport	Import	Imbalan Perdagangan
Kuantiti (Mt)	330,430	732,745	-402,316
Nilai (RM '000)	793,444	2,321,026	-1,527,582

Sumber: Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia

Kajian ini adalah seiring dengan objektif Dasar Agromakanan Negara (2011-2020) iaitu meningkatkan pengeluaran buah-buahan secara komersial bagi pasaran eksport. Untuk meningkatkan pengeluaran bagi pasaran eksport, adalah mustahak kajian ini dijalankan bagi memahami trend pasaran dan faktor sosioekonomi pengeksportan buah-buahan di pasaran antarabangsa. Untuk tujuan laporan ini, hanya pasaran Singapura dibincangkan disebabkan pasaran Singapura merupakan pasaran eksport utama Malaysia. Kajian ini dijalankan bagi mencapai objektif berikut:

- Untuk memahami trend perdagangan buah-buahan premium terpilih di Singapura
- Untuk mengenal pasti pesaing pasaran Malaysia di pasaran eksport Singapura untuk buah-buahan premium terpilih
- Untuk mengenal pasti faktor sosioekonomi pengeksportan buah-buahan premium di Singapura

4.3 METODOLOGI KAJIAN

Bagi menjawab kesemua objektif yang disenaraikan, data dikumpul melalui kedua-dua sumber iaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder yang terlibat adalah data pengeluaran dan data perdagangan. Data pengeluaran (keluasan, bertanam, luas berhasil, purata hasil, jumlah pengeluaran, nilai pengeluaran dan harga) diperolehi daripada pelbagai sumber antaranya Jabatan Perangkaan Malaysia, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA) dan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA). Data perdagangan pula terdiri daripada maklumat import dan eksport yang diperolehi dari data pusat COMTRADE secara atas talian.

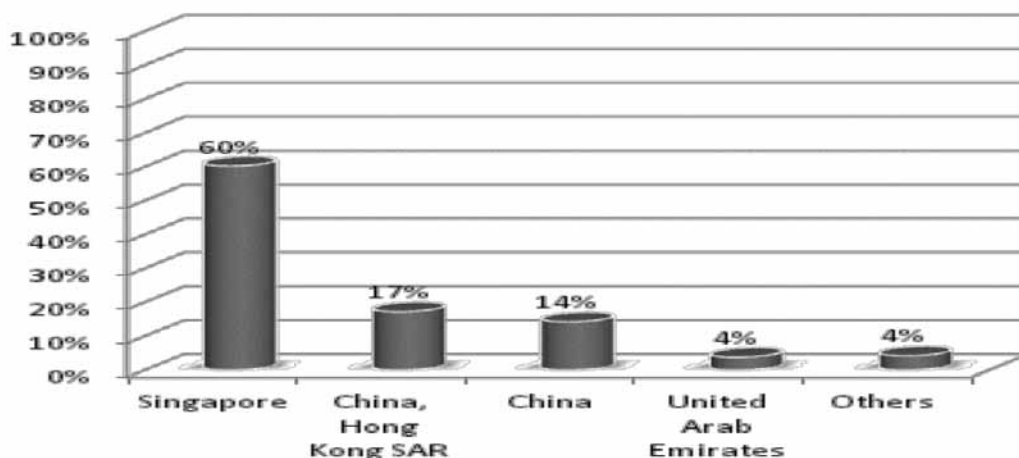
Bagi objektif pengenpastian faktor sosioekonomi buah-buahan di pasaran Singapura pula, pengumpulan data primer melalui kaedah survei lapangan (kuantitatif) dijalankan terhadap pengunjung Singapura di Malaysia. Kaedah ini digunakan disebabkan oleh kekangan sumber kewangan dan manusia untuk menjalankan survei di pasaran Singapura. Seramai 522 responden terlibat dalam kajian ini. Responden telah menjawab salah satu set borang soal selidik yang tertumpu terhadap empat (4) jenis buah-buahan terpilih iaitu tembikai, betik, nanas dan durian. Kajian pengguna Singapura memfokuskan

terhadap empat jenis buah premium ini sahaja disebabkan permintaan untuk buah ini amat tinggi di Singapura. Antara maklumat yang diperolehi dari borang soal selidik termasuklah maklumat demografi, tahap kegemaran buah-buahan terpilih dari Malaysia, kekerapan pengambilan buah-buahan, faktor yang mempengaruhi pengambilan buah, atribut buah yang digemari dan kesanggupan pengguna untuk membayar. Selain dari itu juga, perbincangan secara bersemuka bersama pihak agensi kerajaan yang berkaitan telah dijalankan bagi memahami keseluruhan senario rantai pemasaran buah-buahan Malaysia ke Singapura. Data dianalisis menggunakan kaedah peratus perihalan dan deskriptif. Saranan dan cadangan kajian dinyatakan bagi menambah baik daya saing buah-buahan premium terpilih di pasaran eksport Singapura.

4.4 DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

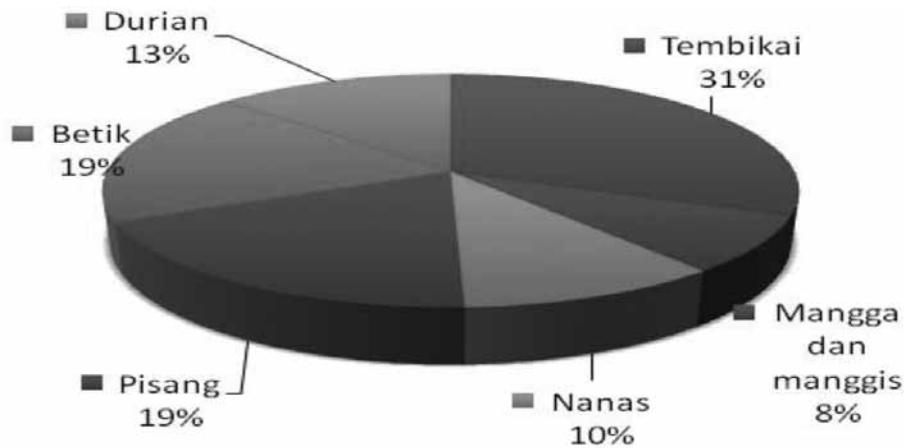
4.4.1 Trend perdagangan buah-buahan tempatan Malaysia ke Singapura

Malaysia merupakan rakan kongsi dagangan utama Singapura dan negara eksport tradisi sejak berkurun lamanya. Malaysia menyumbang hampir 16% (berjumlah USD1.7 bilion) dari keseluruhan jumlah eksport produk makanan ke Singapura pada tahun 2013 (Global Trade Atlas, 2014). *Rajah 4.3* menunjukkan eksport destinasi buah-buahan tempatan Malaysia dimana 60% daripadanya adalah ke pasaran Singapura, diikuti Hong Kong (17%), China (14%) Kesatuan Arab Emirates (4%) dan negara lain 4%. Antara buah-buahan premium tempatan yang paling banyak dieksport ke Singapura ialah tembikai (31%), betik dan pisang (19%), durian (13%), nanas (10%), mangga dan manggis (8%) seperti yang ditunjukkan dalam *Rajah 4.4* di bawah.



Sumber: UN COMTRADE, 2014

Rajah 4.3: Eksport destinasi buah-buahan tempatan Malaysia, 2014



Sumber: UN COMTRADE, 2014

Rajah 4.4: Eksport buah-buahan premium tempatan Malaysia ke Singapura, 2014

4.4.2 Negara pesaing buah-buahan Malaysia di pasaran Singapura

Secara umumnya, Malaysia masih mengekalkan kedudukan di tangga ke-3 sebagai negara pengeksport utama buah-buahan tropika di pasaran Singapura antara tahun 2010 hingga 2014. *Jadual 4.3* menunjukkan negara pesaing utama Malaysia ialah Indonesia dan China, di mana negara ini bersilih ganti berada di tangga ke-2 dan pertama. Negara lain seperti Thailand, Filipina dan Vietnam masing-masing menduduki tempat ke-4, ke-5 dan ke-6. Walaupun Malaysia dilihat mempunyai daya saing yang tinggi di antara negara ini, namun kelebihan ini tidak boleh dipandang ringan kerana peningkatan pengeluaran dari negara ini mampu menggugat kedudukan Malaysia di pasaran Singapura.

Kedudukan Malaysia dan peratus sumbangan pasarannya dengan negara pesaing lain mengikut sembilan (9) jenis buah-buahan premium di pasaran Singapura bagi tahun 2014. Malaysia berada di kedudukan pertama bagi beberapa jenis buah yang dikaji antaranya nanas, tembikai, betik dan durian dan mempunyai peratus sumbangan pasaran yang besar antara 60% hingga 96%, bernilai hampir USD32.6 juta di pasaran eksport Singapura. Bagi buah pisang, jambu batu, mangga dan manggis. Malaysia menduduki tempat ke-2 dengan peratus sumbangan antara 12% hingga 35%. Negara pesaing utama Malaysia bagi kategori ini ialah Filipina (pisang) dan Thailand (jambu batu, mangga dan manggis).

4.4.3 Faktor sosioekonomi pengeksportan buah-buahan premium di kalangan pengguna Singapura

Seramai 522 orang pengunjung Singapura telah terlibat di dalam survei lapangan yang dijalankan di sekitar Johor Bahru. Kaedah persampelan secara rawak telah digunakan bagi kajian ini. Kriteria utama responden adalah penduduk Singapura yang berkunjung ke Johor Bahru bagi tujuan melancong. Maklumat demografi responden ditunjukkan di *Jadual 4.4*. Majoriti responden kajian adalah di kalangan perempuan (55.7%), berketurunan Melayu (84.9%), berumur antara 50 tahun dan ke atas (31.1%) dan merupakan suri rumah yang berkahwin sepenuhnya (13.4%, 83.3%). Secara umumnya, gaya hidup penduduk Singapura yang sibuk dan berkerjaya cenderung untuk membeli barangan makanan siap dimasak atau segera.

Majoriti responden mempunyai saiz isi rumah antara 4 hingga 6 orang termasuk suami dan isteri. Penemuan ini selari dengan dapatan kajian yang telah dijalankan oleh *Singapore Polytechnic's Experience 2016*, yang menyatakan purata saiz isi rumah penduduk Singapura antara tahun 2013 hingga 2014 adalah antara 3.47 hingga 3.43 (Anita, 2016). Majoriti

responden mempunyai pendidikan di peringkat menengah (54.4%) dan pendapatan bulanan adalah di antara RM6,000 hingga RM12,000 (SGD2,000 – SGD4,000) sebulan. Kategori pendapatan ini adalah bertepatan dengan majoriti pendapatan golongan daripada kumpulan median iaitu sebanyak SGD3,480 sebulan (Ministry of Manpower, 2016)

Jadual 4.3: Kedudukan Malaysia dengan negara pesaing mengikut jenis buah di pasaran Singapura, 2014

Jenis Buah	Kedudukan	Negara	Peratus Sumbangan %	Jumlah Dagangan (juta USD)
Pisang	1	Filipina	62	12.3
	2	Malaysia	35	6.8
	3	Thailand	2	0.4
Nanas	1	Malaysia	60	4.9
	2	Filipina	33	2.7
	3	Thailand	6.6	0.55
Tembikai	1	Malaysia	96	13.7
	2	Thailand	1.8	0.258
	3	Indonesia	0.3	0.48
Betik	1	Malaysia	86	8.2
	2	Filipina	12	1.1
	3	Thailand	0.9	0.88
Durian	1	Malaysia	85	5.8
	2	Thailand	14	0.9
	3	Filipina	0.09	0.07
Jambu Batu, Manggis dan Mangga	1	Thailand	50	15.3
	2	Malaysia	12	3.5
	3	Filipina	9	2.6

Sumber: UN COMTRADE, 2014

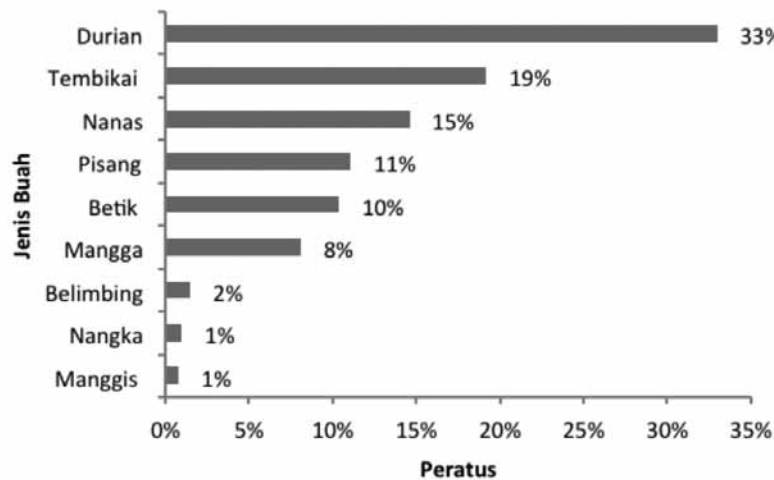
Jadual 4.4: Demografi responden

Perkara	Elemen	Jumlah	%
Jantina	Lelaki	231	44.3
	Perempuan	291	55.7
Umur	<20	32	6.2
	21 – 30	41	7.9
	31 – 40	82	15.8
	41 – 50	104	20.1
	51 – 60	161	31.1
	> 61	98	18.9
Bangsa	Melayu	443	84.9
	Cina	50	9.6
	India	26	5
	Lain-lain	3	0.6
Status Pekerjaan	Bekerja	325	62.3
	Bekerja sendiri	35	6.7
	Pesara	43	8.2
	Suri Rumah	70	13.4
	Lain-lain	49	9.3
Saiz Isi rumah	< 3	219	42
	4 – 6	284	54.4
	7 – 9	18	3.4
	> 10	1	0.2
Pendapatan Bulanan	< RM6,000	140	26.8
	RM6,001 – RM12,000	245	46.9
	RM12,001 – RM18,000	84	16.1
	RM18,001 – RM 24,000	20	3.8
	RM24,001 – RM30,000	17	3.3
	> RM 30,001	1	2.7
Pendidikan	Sekolah menengah	284	54.4
	Kolej	142	27.2
	Sarjana Muda	63	12.1
	Pendidikan tinggi	33	6.3
Status Perkahwinan	Bujang	87	16.7
	Berkahwin	435	83.3

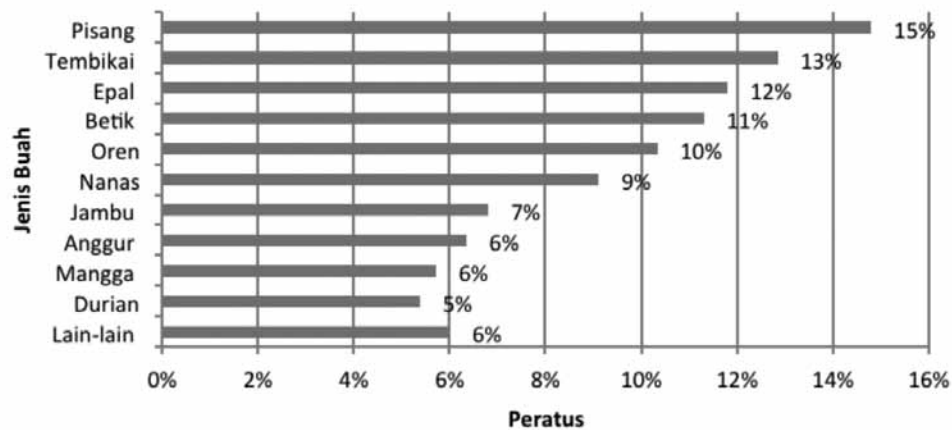
4.4.4 Pengambilan dan pemilihan buah-buahan terpilih

Rajah 4.5 menunjukkan peratusan tertinggi pemilihan 9 jenis buah-buahan tropika tempatan yang disenaraikan. Buah durian merupakan buah yang paling digemari oleh pengunjung Singapura iaitu sebanyak 33%, diikuti oleh buah tembikai (19%), nanas (15%) dan pisang (11%). Buah-buahan lain seperti betik, mangga, belimbing, nangka dan manggis berada pada kadar di bawah 10%. Dengan gelaran sebagai “Raja Buah”, durian sentiasa mendapat permintaan yang tinggi walaupun ia merupakan buah bermusim. Durian Malaysia masih memonopoli pasaran durian Singapura (85%) berbanding durian Thailand (14%) dan Filipina (0.09%) seperti yang ditunjukkan di *Jadual 4.2*.

Rajah 4.6 pula menunjukkan buah-buahan yang paling kerap diambil oleh responden dalam tempoh seminggu. Buah-buahan ini termasuklah buah tropika dan buah beriklim sederhana (subtropis). Dapatan menunjukkan buah pisang merupakan buah yang paling kerap dibeli dan dimakan oleh responden (15%), diikuti buah tembikai (13%), epal (12%), betik (11%) dan oren (10%). Buah-buahan lain seperti nanas, jambu, anggur, mangga, durian dan lain-lain menunjukkan peratusan di bawah kadar 10%. Ini menjelaskan bahawa buah-buahan ini diambil dengan kekerapan yang rendah berbanding buah-buahan utama yang lain.



Rajah 4.5: Buah-buahan pilihan utama responden

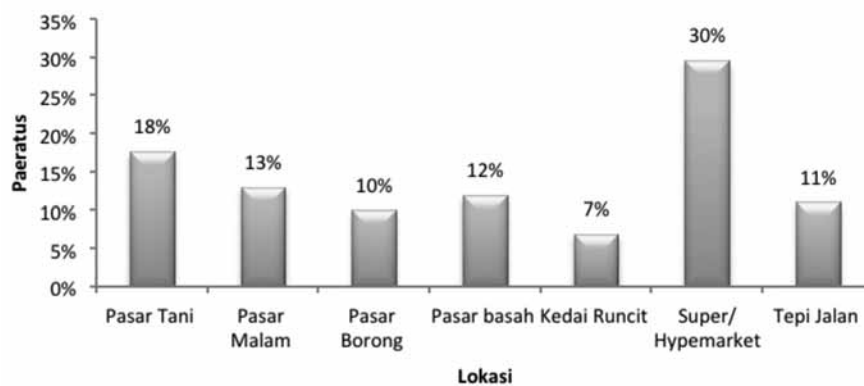


Rajah 4.6: Buah-buahan yang paling kerap diambil dalam tempoh seminggu

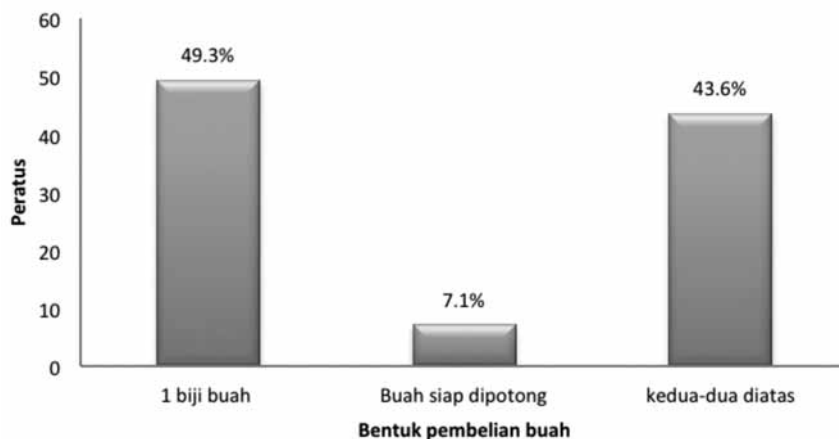
4.4.5 Tempat pembelian dan bentuk pembelian buah-buahan

Majoriti responden bersetuju tempat pembelian buah-buahan yang paling kerap dikunjungi adalah di supermarket/hypermarket iaitu sebanyak 30% (Rajah 4.7). Kemudahan pelbagai aspek di tempat ini seperti kemudahan mendapatkan pelbagai barangan makanan basah dan terproses, barangan bukan makanan, kemudahan parking, mesin ATM, penyaman udara dan pelbagai lagi menjadikan supermarket/ hypermarket menjadi pilihan utama di kalangan masyarakat masa kini. Walaupun begitu, tempat-tempat lain seperti pasar tani, pasar malam, pasar borong, pasar basah, kedai runcit dan kedai tepi jalan masih mendapat sambutan kepada masyarakat untuk mendapatkan bekalan buah-buahan di pasaran Singapura. Bagi pemilihan bentuk pembelian buah-buahan, pembelian sebiji buah menjadi keutamaan oleh pengguna Singapura (49.3%)(Rajah 4.8).

Selain daripada boleh berkongsi dengan ahli keluarga, pembelian bagi sebiji buah mampu untuk mengekalkan kualiti dan memanjangkan tempoh kerosakan buah tersebut. Pemilihan kedua-dua jenis pembelian sama ada secara sebiji atau siap dipotong/dipek (43.6%) menunjukkan permintaan terhadap kedua-dua jenis ini masih relevan. Walaupun begitu, pembelian buah siap dipotong adalah bersesuaian bagi individu perorangan untuk terus makan tanpa penyediaan yang rumit. Pembelian ini bersesuaian dengan gaya hidup dan trend terkini yang mendorong pengguna untuk membeli barangan siap dan tersedia.



Rajah 4.7: Tempat pembelian buah-buahan



Rajah 4.8: Bentuk pembelian buah-buahan

4.4.6 Faktor mempengaruhi pembelian buah-buahan di pasaran Singapura

Lima faktor utama yang mempengaruhi pengguna untuk pembelian buah-buahan dan ditunjukkan seperti di *Jadual 4.5*. Dua aspek yang dikenal pasti iaitu sangat penting dan tidak penting. Bagi elemen sangat penting, faktor kesegaran menjadi faktor paling utama dengan peratusan sebanyak 83.7%. Faktor rasa di tempat ke-2 (80.30%), diikuti kualiti (53.8%), isi buah (52.1%), dan warna buah (44.8%). Kesegaran buah-buahan boleh dilihat secara luaran, justeru ia menjadi aspek utama pembeli sebelum membeli buah-buahan. Faktor-faktor lain merupakan faktor dalaman yang sukar dilihat dengan mata kasar dan hanya boleh dinilai selepas pembelian dilaksanakan.

Faktor tidak penting yang mempengaruhi pembelian buah-buahan pula terdiri daripada keunikan (52.5%), tempat asal (50.6%), pembungkusan (45.8%), organik (42.7%) dan sebagai bahan asas masakan (42.1%). Faktor-faktor ini tidak menjadi keutamaan kepada pembeli dalam membuat keputusan pembelian buah-buahan. Walaupun begitu, faktor-faktor ini tidak boleh terus diabaikan kerana kelebihan dalam faktor ini mampu meningkatkan tambah nilai kepada buah-buahan yang dijual. Secara tidak langsung, pasaran baru (*niche market*) dengan peningkatan keuntungan boleh dicipta di pasaran Singapura.

Jadual 4.5: Faktor mempengaruhi pembelian buah-buahan

Kedudukan	Sangat Penting	Peratusan %	Tidak Penting	Peratusan %
1	Kesegaran	83.7	Keunikan	52.5
2	Rasa	80.30	Tempat asal	50.6
3	Kualiti	53.8	Pembungkusan	45.8
4	Isi Buah	52.1	Organik	42.7
5	Warna buah	44.8	Masakan	42.1

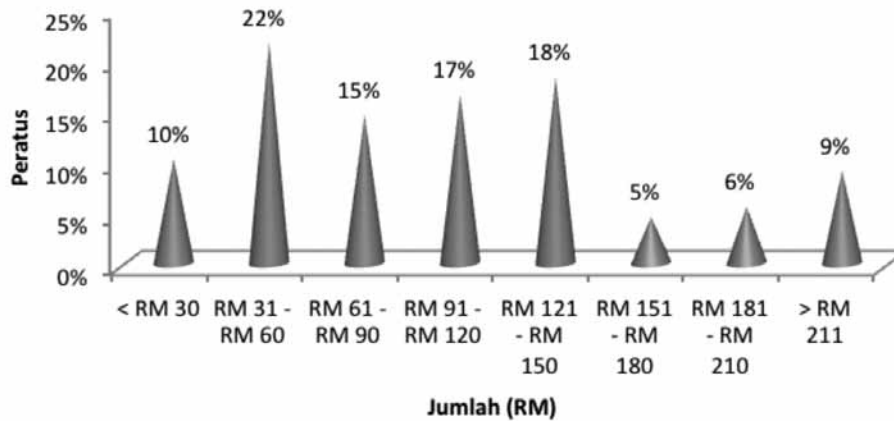
4.4.7 Purata pembelian buah-buahan bagi tempoh sebulan

Secara umumnya, 22% responden (115 orang) bersetuju membelanja sebanyak RM31 – RM60 (SGD10 - SGD20) bagi pembelian buah-buahan pelbagai jenis dalam tempoh sebulan. 18% responden berbelanja sebanyak RM121 hingga RM150 dalam tempoh sebulan. Trend pembelian buah-buahan ini seperti yang ditunjukkan di *Rajah 4.9*. Jika diambil jumlah purata pembelian keseluruhan, seorang pengguna Singapura menghabiskan sebanyak RM120.50 (SGD40) bagi pembelian buah-buahan dalam tempoh sebulan. Perlu diambil kira harga buah-buahan tropika bagi 9 jenis yang difokuskan adalah berbeza-beza. Justeru, tidak mustahil bagi seorang individu berbelanja sebanyak ini dalam tempoh sebulan.

4.4.8 Kesanggupan harga untuk membayar (*Willingness to Pay*)

Kesanggupan purata harga untuk dibayar oleh responden bagi penambahbaikan ciri dan nutrisi buah seperti di *Jadual 4.6*. Empat jenis buah mengikut harga asal per kilo masing-masing dijadikan sebagai harga asas dan diminta untuk diberi harga cadangan baru jika terdapat penambahbaikan dalam ciri dan nutrisi buah. Bagi buah tembikai, responden sanggup membayar sehingga RM4.51 sekilo berbanding harga asal RM3 sekilo, di mana perubahan harga sebanyak 33.5%. Responden sanggup membayar lebih 23% iaitu dari harga RM4 sekilo kepada RM5.20 sekilo bagi buah betik. Manakala bagi buah nanas dan durian perubahan harga adalah sebanyak 20% dan 33.4%, dari RM4 ke RM5 sekilo (nanas) dan RM11 ke RM16.51 (durian). Secara keseluruhannya, boleh dinyatakan pengunjung Singapura sanggup untuk

membeli buah-buahan ini dengan harga yang lebih antara RM1 hingga RM5.51 (bergantung pada buah) jika penambahbaikan ciri dan nutrisi buah dibuat. Justeru, penambahbaikan ciri dan nutrisi adalah wajar untuk diambil kira dalam penghasilan buah-buahan baru pada masa akan datang.



Rajah 4.9: Jumlah pembelian buah-buahan sebulan

Jadual 4.6: Harga purata kesanggupan untuk dibayar oleh pengguna bagi penambahbaikan ciri dan nutrisi buah

Jenis Buah	Harga Asal sekilo (RM)	Kesanggupan Purata Harga untuk Membayar (WTP) - jika ditambah nutrisi dan ciri kesukaan (RM)	Peratus Perubahan (%)
Tembikai	3	4.51	33.5
Betik	4	5.20	23.0
Nanas	4	5.00	20.0
Durian	11	16.51	33.4

4.5 SARANAN

Berasaskan dapatan kajian, beberapa saranan adalah dicadangkan bagi memastikan daya saing pasaran eksport buah-buahan premium ini akan terus terjamin. Antara saranannya adalah:

1. Peningkatan Pengeluaran Berskala Besar

Bekalan berskala besar perlu akibat peningkatan institusi makanan (*food service sector*) adalah sentiasa meningkat. Dianggarkan bahawa rakyat Singapura membelanjakan kira-kira USD8.16 bilion untuk makan di luar pada tahun 2013 (Agriculture & Agrofood Canada, 2014). Justeru, untuk menampung bekalan kepada peningkatan institusi makanan ini, pengalaman dan penggunaan teknologi moden dalam sektor pertanian Malaysia adalah digalakkan untuk membuat pengeluaran secara berskala besar. Ini bukan sahaja dapat memenuhi permintaan, secara tidak langsung meningkatkan sumbangan kepada pasaran eksport negara seperti Singapura.

2. Jaminan Kualiti Buah dan Amalan Pertanian Baik (GAP)

Di pasaran Singapura, tawaran harga tidak menjadi ukuran dan kuasa beli penduduk Singapura adalah tinggi (pertumbuhan perbelanjaan 3.4% setahun, 2013-2020) (Agriculture & Agrofood Canada, 2014). Mereka sanggup berbelanja lebih untuk mendapat barangan atau produk yang baik dan berkualiti. Oleh yang demikian, pengendalian jaminan kualiti buah-buahan perlu diambil berat bermula daripada proses pengeluaran di ladang sehinggalah sampai ke tangan pengguna. Adalah disaran, kepada semua petani untuk mematuhi prosedur Amalan Pertanian Baik (GAP) untuk pasaran eksport Singapura.

3. Pematuhan Prosedur Eksport

Jalinan kerjasama yang erat antara Malaysia-Singapura telah wujud sejak berdekad lamanya. Banyak keistimewaan dalam perdagangan antara kedua-dua negara ini antaranya penghapusan cukai eksport kepada 0% dan pengecualian Sijil Fitosanitari untuk barangan segar. Justeru, Malaysia perlu mengambil peluang ini untuk meningkatkan lagi pengeksportan ke Singapura. Walaupun begitu, pematuhan kepada prosedur eksport adalah perlu bagi mengelakkan sebarang permasalahan semasa dipintu masuk negara Singapura. Agensi kerajaan yang teribat di dalam prosedur ini sentiasa memberikan bantuan yang terbaik kepada pengeksport Malaysia dalam urusan perdagangan ini.

4. Pematuhan Paras Baki Racun Minimum (*Minimum Residue Level*)

Pematuhan terhadap paras baki racun minimum (MRL) merupakan isu yang selalu dihadapi oleh pengeksport barangan segar Malaysia. Walaupun pengecualian analisis fitosanitari diberikan, namun kerajaan Singapura menitikberatkan kandungan kimia terutama penggunaan racun pada barangan yang dieksport. Oleh itu, penggunaan kit pantas bagi mengetahui status racun terkini adalah perlu sebelum meneruskan proses pengeksportan. Petani adalah sangat digalakkan untuk mematuhi penggunaan racun yang selamat bagi mengelakkan sebarang tahanan semasa di pintu keluar-masuk negara.

4.6 RUMUSAN

Strategi memperkukuh daya saing subsektor buah-buahan di pasaran eksport bukanlah asing dibincangkan. Pelbagai inisiatif dan perancangan telah banyak diusulkan, walau bagaimanapun isu ini pasti akan berbalik kepada peningkatan pengeluaran buah-buahan. Secara lazimnya, umum diketahui pengeluaran adalah sangat berkait rapat dengan amalan penanaman, lepas tuai serta faktor luar jangka seperti cuaca dan kesuburan tanah. Jika dilihat dari aspek pasaran, permintaan bekalan adalah melebihi penawaran. Justeru, pasaran tidaklah menjadi isu yang besar kerana pasaran buah-buahan tempatan sentiasa mendapat tempat sama ada dalaman atau pasaran eksport.

Kelebihan Malaysia sebagai negara strategik dagangan Singapura telah lama bertapak sejak dahulu lagi. Malaysia sememangnya berada di kedudukan utama dalam membekal buah-buahan segar ke Singapura. Namun, keselesaan ini tidak boleh dipandang ringan kerana negara-negara pesaing yang lain sentiasa mengintai peluang sekiranya tidak terpenuhi oleh Malaysia. Justeru itu, penekanan terhadap konsistensi bekalan yang baik dan berkualiti adalah perlu bagi menjamin pasaran Malaysia di Singapura. Keperluan mematuhi prosedur eksport dan isu MRL tidak boleh diabaikan, kerana kecuaiannya sedikit akan mengundang kerugian yang besar.

4.7 RUJUKAN

- Anita. F. (2016). *Meeting the Challengers : The Future of the Family in Singapore. Families for Life*. Dilayar pada 19 Disember 2016, dari <https://www.familiesforlife.sg/discover-an-article/Pages/Meeting-the-Challenges-The-Future-of-the-Family-in-Singapore.aspx>
- Agriculture and Agri-food Canada (2014). *Market Overview Singapore* . Ottawa :ON, Canada muka surat 7
- Global Trade Atlas-Singapore (2014). *Import and Export Statistics*. Diperoleh pada 18 Disember 2016 dari <http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6512-eng.pdf>
- Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, Malaysia (2011),*Dasar Agromakanan Negara, 2011-2020* (No ISBN 978-983-9863-39-0) Putrajaya, Malaysia. Percetakan Watan Sdn.Bhd
- Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, Perangkaan Agromakanan 2014 9 (No ISSN 2232-0407) Putrajaya, Malaysia
- Ministry of Manpower (2016). *Gross Monthly Income From Work*. Diperoleh pada 30 Januari 2017 dari <http://stats.mom.gov.sg/Pages/Income-Summary-Table.aspx>
- Rancangan Malaysia Kesebelas (No ISBN 978-9675842085) Putrajaya, Malaysia. Percetakan Nasional Malaysia Berhad
- UN Comtrade Database (2014). Import and Export Data. Diperoleh pada 1 Mac – 26 Jun 2016 dari <https://comtrade.un.org/>

