

## **11. KAJIAN DAYA SAING DAN SOSIOEKONOMI PENGGUNA BUAH-BUAHAN PREMIUM DI PASARAN NEGARA TIMUR TENGAH: EMIRIAH ARAB BERSATU, OMAN DAN QATAR**

Suhana Safari\*, Nur Azlin Razali\*\*, Aimi Athirah Ahmad\*, Zawiyah Pono\*, Salmiah Mahnoon\*, Razali Mustaffa\*\* dan Roslina Ali\*

\*Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Risikan Pasaran dan Agribisnes

\*\*Pusat Penyelidikan Hortikultur

---

### **11.1. PENDAHULUAN**

Pengeksportan buah-buahan tropika Malaysia ke negara timur tengah bermula awal 2000-an. Negara timur tengah merujuk kepada 15 buah negara iaitu Yaman, Syria, Emiriah Arab Bersatu (UAE), Turkey, Arab Saudi, Qatar, Oman, Lebanon, Kuwait, Jordan, Iraq, Iran, Mesir dan Bahrain. Majlis Kerjasama Teluk atau dikenali sebagai *The Gulf Cooperation Council* (GCC) merupakan satu pakatan kerjasama politik, ekonomi, sosial dan budaya serantau yang terdiri daripada enam buah negara Arab Teluk Parsi iaitu Arab Saudi, UAE, Qatar, Oman, Bahrain dan Kuwait. GCC lebih terkenal dalam kalangan ekonomi dunia kerana mempunyai pasaran yang lebih dinamik dan kestabilan politik yang lebih baik berbanding negara Arab yang lain (Encyclopaedia Britannica 2019). Rundingan dan perjanjian perdagangan bebas (FTA) Malaysia – GCC telah ditandatangan pada tahun 2011 namun ditangguhkan kerana beberapa isu dan cabaran antaranya ketidaktentuan politik di rantau Arab (*Arab Spring*), krisis kewangan global serta kejatuhan harga minyak mentah (Rupa 2017).

Kerajaan telah menimbulkan semula untuk meneruskan kerjasama bagi kepentingan ekonomi. Selaras dengan hasrat kerajaan dalam hala tuju peluasan pasaran eksport, kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti daya saing, cabaran dan rantaian pemasaran buah-buahan tempatan Malaysia di pasaran timur tengah, fokus kajian adalah kepada tiga pasaran di negara Dubai, Oman dan Qatar di samping mendapatkan maklumat sosioekonomi pengguna. Dapatan kajian ini

menyediakan maklumat pasaran yang dapat membantu kerajaan dalam merangka strategi pemasaran buah-buahan tropika tempatan di pasaran UAE

## **11.2. LATAR BELAKANG**

Peluasan pasaran eksport adalah penting bagi meningkatkan pendapatan ekonomi negara di samping mengurangkanimbangan dagangan (*Balance of Trade*). Buah-buahan tropika Malaysia tidak asing lagi di pasaran negara timur tengah terutama di negara UAE. Berdasarkan laporan *The Economist* (2009), kebergantungan makanan import daripada negara GCC dijangka berkembang sebanyak US\$53.1 billion pada tahun 2020. Peningkatan ini adalah selaras dengan pertambahan populasi yang dijangka meningkat kepada 53.5 juta penduduk atau peningkatan sebanyak 30% bagi tempoh 2010 – 2020. Saudi Arabia, UAE, Kuwait dan Mesir adalah pasaran terbesar di gugusan negara Arab bagi import keluaran pertanian segar daripada seluruh dunia (International Trade Centre 2015). Faktor utama yang memacu pertumbuhan pasaran GCC termasuklah peningkatan populasi tempatan dan pekerja asing, peningkatan terhadap kesedaran kesihatan, perubahan citarasa, kehendak dan peningkatan pendapatan yang memberi kesan terhadap perubahan corak pengambilan makanan bernutrisi tinggi termasuk buah-buahan sebagai diet harian (Pacific Media Associates [PMA] 2017).

### **11.2.1. Objektif**

Kajian ini dijalankan bagi mendapatkan maklumat pasaran, citarasa dan faktor sosioekonomi terhadap buah-buahan tropika Malaysia di pasaran negara timur tengah (UAE, Oman dan Qatar). Objektif khusus adalah seperti berikut:

- 1) Menilai daya saing industri dan pasaran eksport buah premium terpilih di pasaran negara timur tengah.
- 2) Menganalisis trend perdagangan dan rantaian pemasaran eksport buah tropika Malaysia terpilih.

- 3) Mengkaji maklumat citarasa dan faktor sosioekonomi negara timur tengah.
- 4) Mengemukakan cadangan strategi pemasaran buah tropika ke pasaran timur tengah.

### **11.2.2. Kepentingan kajian**

Negara timur tengah atau gugusan negara Arab secara amnya diketahui beriklim kering, mempunyai jumlah hujan yang terhad dan kebergantungan tinggi terhadap penyulingan air laut. Ini menyebabkan penghasilan tanaman sendiri bukanlah pilihan yang terbaik dalam jangka masa Panjang (Kamel et al. 2015). Justeru, permintaan import terhadap hasil pertanian segar sentiasa meningkat bagi memenuhi permintaan pengguna tempatan. Malaysia telah meneroka pasaran timur tengah terutama ke negara UAE sejak 10 tahun yang lalu bagi komoditi sayur dan buah yang terdiri daripada eksport tomato, nanas, nangka dan tembikai.

Dari aspek pematuhan eksport, terutamanya keperluan sanitasi dan fitosanitari, pasaran negara timur tengah adalah antara pasaran yang mudah untuk dimasuki kerana keperluan yang minimum. Tiada rawatan khusus diperlukan bagi keluaran segar, namun hasil pertanian yang dieksport perlu bebas daripada sebarang penyakit dan perosak. Pengeksport juga dikehendaki untuk mematuhi standard protokol eksport biasa seperti invois jualan, senarai bungkusan (*packing list*), lesen mengeksport, sijil fitosanitasi, sijil tempasal (*certificate of origin*), sijil perakuan pematuhan (*Certificate of Conformity*), permit eksport, *air way bill/bill of landing* dan borang kastam no.2. Antara pasaran lain yang mudah ditembusi termasuklah pasaran negara Eropah (EU), Hong Kong dan Singapura.

Penilaian terhadap prestasi eksport melalui data perdagangan dapat menentukan kedudukan daya saing Malaysia dengan negara pesaing yang lain. Maklumat citarasa dan faktor sosioekonomi pengguna negara timur tengah diperolehi bagi mendapatkan potensi permintaan terhadap buah-buahan tropika yang ada di pasaran. Justeru, dapatkan

kajian ini adalah penting bagi membekal maklumat yang komprehensif kepada pengeksport dan pihak kementerian dalam merangka strategi eksport negara terutama bagi buah-buahan tropika.

### **11.3. METODOLOGI**

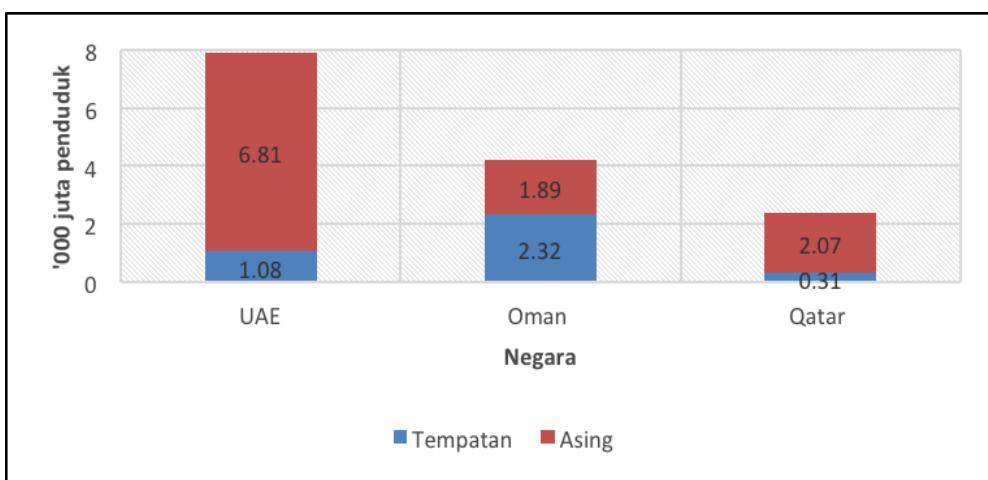
Data kajian dikumpul melalui dua sumber iaitu data primer dan data sekunder. Data sekunder atau data terbitan (maklumat perdagangan import dan eksport) diperolehi melalui pengkalan data online *Trade Map* daripada *International Trade Centre* (ITC), Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA) dan Jabatan Pertanian Malaysia (DOA).

Data primer pula dikumpul melalui kaedah perbincangan kumpulan fokus, temu bual bersemuka dan tinjauan pasaran. Satu perbincangan kumpulan fokus telah dijalankan bersama pengeksport dan agensi yang berkaitan iaitu *International Tropical Fruit Network* (TFNet), Lembaga Pemasaran dan Pertanian Persekutuan (FAMA) dan Bahagian Pemasaran dan Eksport, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (BPE, MOA). Bagi kaedah temu bual bersemuka, pasukan penyelidik telah menemuramah pengimport, pegawai pemerolehan pasar raya/*hypermarket* dan agensi kerajaan UAE (14 orang keseluruhannya). Tinjauan pasaran pula dijalankan di 14 buah lokasi seperti pasar raya/*hypermarket* dan pasar basah di tiga buah negara terpilih iaitu Dubai, Oman dan Qatar. Tinjaun pasaran dan temu bual bersemuka dijalankan pada 2 – 10 Oktober 2018 di ketiga-tiga buah negara menggunakan kaedah pesampelan tertuju (*purposive sampling*). *Mann Kendall* dan *Constant Market Share* (CMS) dijalankan terhadap data perdagangan yang dikumpul. Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) digunakan bagi menilai faktor dalaman dan luaran terhadap pasaran baru di Oman dan Qatar.

## **11.4. DAPATAN KAJIAN**

### **11.4.1. Maklumat populasi dan profil pengguna**

Permintaan terhadap bekalan makanan berasaskan pertanian di pasaran negara Arab adalah sentiasa meningkat kerana faktor cuaca dan persekitaran yang tidak sesuai untuk aktiviti pertanian dalam tempoh jangka masa yang panjang (PMA 2017). Kepadatan populasi penduduk di UAE adalah paling tinggi berbanding di Oman dan Qatar. *Rajah 11.1* menunjukkan jumlah populasi penduduk bagi ketiga-tiga negara pada tahun 2017. Penduduk UAE adalah seramai 7.89 juta penduduk diikuti Oman (4.2 juta) dan Qatar (2.38 juta) dan populasi di UAE dan Qatar dimonopoli oleh warganegara asing iaitu lebih daripada 50% daripada jumlah populasi bagi kedua-dua negara tersebut.



*Rajah 11.1. Populasi penduduk UAE, Oman dan Qatar bagi tahun 2017*  
Sumber: World Bank (2018)

### **11.4.2. Maklumat makroekonomi**

Hampir empat dekad, UAE telah berubah dengan pesat dari sebuah negara tradisi Arab kepada negara metropolitan dengan kecanggihan infrastruktur bertaraf dunia. UAE ditubuhkan pada Disember 1971 daripada gabungan tujuh persekutuan iaitu Abu Dhabi, Dubai, Sharjah,

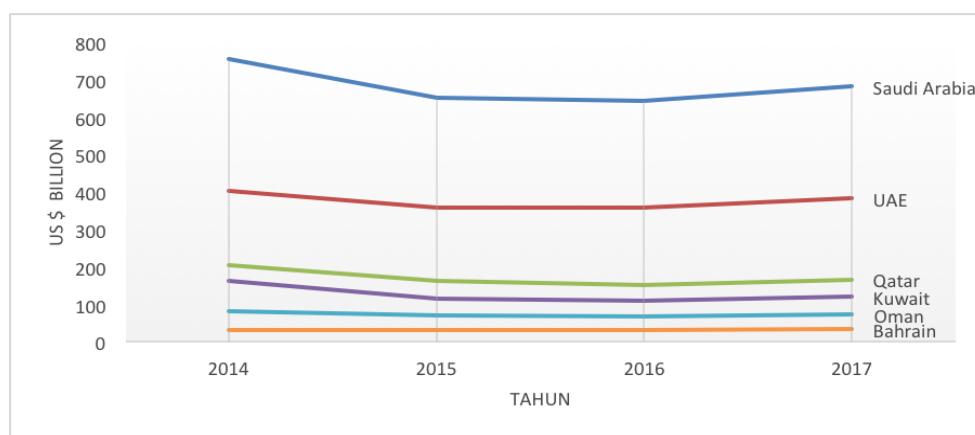
Ajman, Ras Al Khaimah, Fujairah dan Umm Al Quwain (Ten Guide n.d.). Antara sumber utama ekonomi UAE adalah daripada hasil minyak, petroleum dan gas asli terutama di kawasan Abu Dhabi dan wilayahnya yang lain. Manakala di Dubai terkenal dengan aktiviti pelancongan, perniagaan, import, eksport, *transhipment* dan perkhidmatan. Dubai terkenal sebagai hub pintu masuk dan keluar negara Arab bagi semua aktiviti perdagangan antrabangsa.

Qatar adalah sebuah negara yang terletak di sebelah timur semenanjung Arab bersebelahan negara Arab Saudi, Bahrain dan UAE. Terkenal sebagai negara terkaya di dunia pada tahun 2017 oleh *International Monetary Fund* (IMF), sumber ekonomi Qatar adalah dari petroleum, minyak dan gas asli 50% daripada Keluaran Dalaman Negara Kasar (KDNK), 85% daripada pendapatan eksport dan 70% daripada hasil kerajaan (Economy Watch 2010).

Negara Oman terletak di pantai Tenggara Semenanjung Arab di Asia Barat dan menjadi laluan penting di muara Teluk Parsi. Oman berkongsi sempadan darat dengan UAE di bahagian Barat laut, Arab Saudi di bahagian Barat dan Yaman di barat daya, menjadikan negara tradisi Arab ini sebagai negara yang cepat membangun dan dikategorikan sebagai negara berpendapatan tinggi dan tersenarai sebagai 70 negara paling aman di dunia (Staff 2018). Sumber ekonomi Oman adalah daripada hasil minyak dan gas iaitu 45% daripada KDNK, perkhidmatan (38.5%), perkilangan (16.6%) dan pertanian dan perikanan (1.3%). Contoh aktiviti pertanian adalah menternak unta, kambing dan bebiri, kurma dan sayur-sayuran (Fanack 2018).

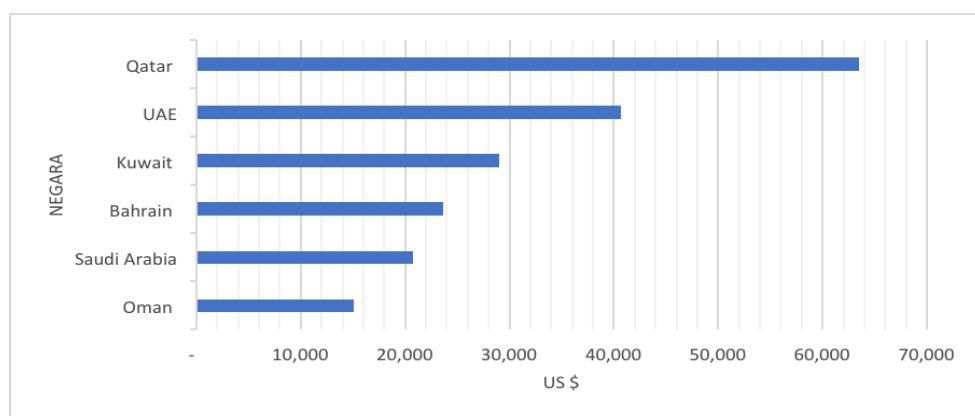
Petunjuk makroekonomi melalui Keluaran Dalaman Negara Kasar (KDNK) menunjukkan negara UAE merupakan negara kedua tertinggi selepas Saudi Arabia dalam enam negara GCC berjumlah US\$ 382.57 billion pada tahun 2017. Qatar berada di tempat ke-3 (US \$ 167.6 billion) dan Oman di tempat ke-5 (US\$72.64 billion) (*Rajah 11.2*). Ini menunjukkan bahawa secara keseluruhannya, UAE dan Saudi Arabia mempunyai pendapatan negara yang tertinggi berbanding dengan negara GCC yang lain. Jika dinilai daripada aspek per individu atau

Keluaran Dalaman Negara Kasar Per Kapita pada tahun 2017, negara Qatar menjadi negara tertinggi dengan pendapatan individu sebanyak US\$63,505 setahun berbanding dengan UAE (US\$40,698) dan Oman (US\$15,102) seperti yang ditunjukkan di *Rajah 11.3*. Populasi rakyat Qatar adalah kecil, lebih kurang 30% berbanding dengan negara UAE dan menjadikan pendapatan per kapita rakyat Qatar bukan sahaja tertinggi di negara GCC malahan yang pertama di dunia (Fortune 2017).



*Rajah 11.2. Keluaran Dalaman Negara Kasar (GDP) negara GCC , 2014 – 2017*

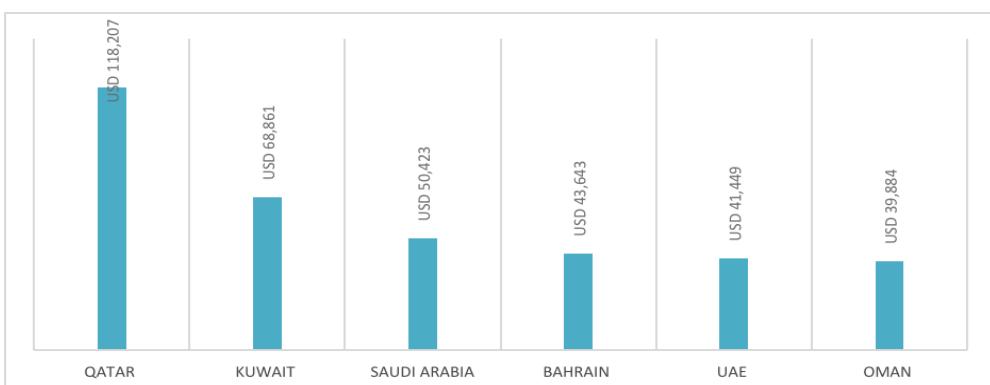
Sumber: Trade Map ( 2019)



*Rajah 11.3. Keluaran Dalaman Negara Kasar (KDNK) per kapita negara GCC (2017)*

Sumber: Trade Map (2019)

*Rajah 11.4* menunjukkan perbandingan kuasa beli parity (*purchasing power parity, PPP*) melalui pelarasan pertukaran wang yang sama (dalam nilai mata wang US\$) bagi negara-negara GCC bagi tahun 2017. Sejajar dengan pendapatan tertinggi di dunia Qatar menunjukkan nilai kuasa beli yang paling tinggi per individu yang mana dianggarkan pengguna di Qatar berkemampuan untuk berbelanja sejumlah US\$118,207 setahun bagi memenuhi keperluan dan kehendak mereka. Negara GCC yang lain berada 50% kurang daripada nilai kuasa beli penduduk Qatar iaitu antara US\$39,884 (Oman) ke US\$68,861 (Kuwait) setahun. Secara tidak langsung, ini menunjukkan bahawa rakyat Qatar mempunyai pendapatan dan kuasa beli tertinggi berbanding dengan negara GCC yang lain (Trading Economis 2019).



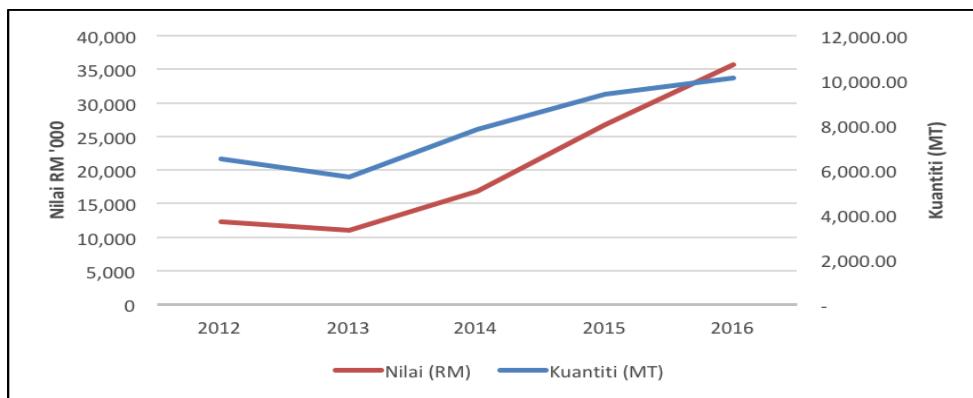
*Rajah 11.4. Kuasa Beli Pariti (PPP) negara GCC, 2017*

Sumber: Trading Economics (2019)

#### **11.4.3. Analisis perdagangan dan daya saing eksport buah-buahan Malaysia di pasaran Timur Tengah, UAE, Oman dan Qatar**

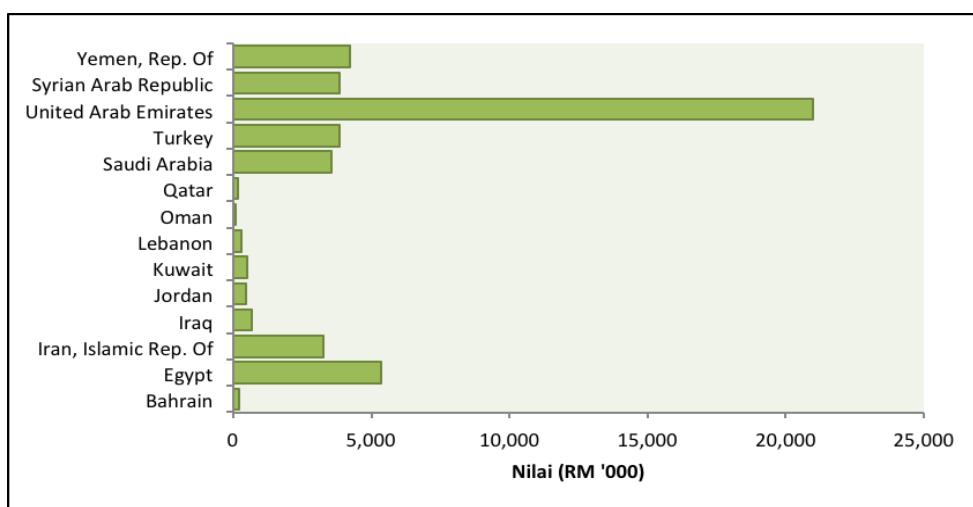
Eksport buah-buahan tropika Malaysia ke pasaran timur tengah menunjukkan peningkatan dengan purata pertumbuhan eksport sebanyak 38.62% setahun dari RM12.2 juta (2012) ke RM35.7 juta (2016) (*Rajah 11.5*). Peningkatan ketara adalah pada tahun 2015 yang mana eksport meningkat sebanyak 59% daripada tahun sebelumnya. Eksport ke negara timur tengah merangkumi 14 buah negara seperti

ditunjukkan dalam *Rajah 11.6*. Pasaran negara UAE terutama ke Dubai merupakan syer pasaran terbesar di negara timur tengah (44.3%) diikuti Mesir (11.3%) dan negara Yaman (8.9%) manakala ke negara Oman dan Qatar adalah di bawah <1%, namun dijangka berpotensi untuk peluasan eksport keluaran pertanian segar.



*Rajah 11.5. Nilai dan kuantiti eksport buah-buahan Malaysia ke negara timur tengah, 2012 – 2016*

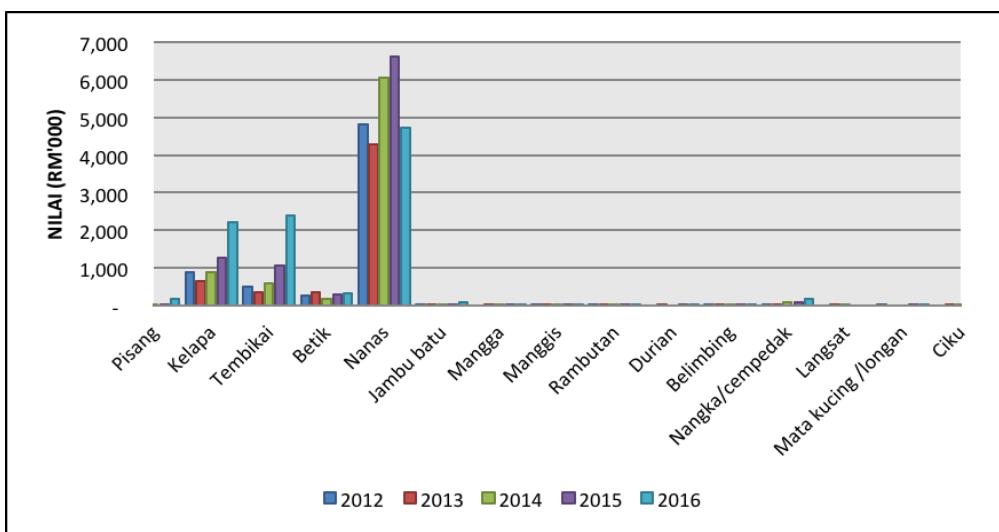
Sumber: Kementerian Pertanian Malaysia [MOA] (2018)



*Rajah 11.6. Jumlah eksport buah-buahan tropika ke negara timur tengah mengikut negara bagi tahun 2012 – 2016*

Sumber: MOA (2018)

Rajah 11.7 menunjukkan jenis-jenis buah-buahan yang telah dieksport ke pasaran timur tengah, dari tahun 2012 – 2016. Selain daripada buah nanas, tembikai (varieti New Dragon) dan betik (varieti Sekaki) juga mendapat permintaan tinggi. Buah nanas merupakan buah utama yang dieksport ke pasaran UAE. Buah nanas yang dieksport adalah daripada varieti N36 dan MD2. Pada tahun 2018, Lembaga Perindustrian Nanas (LPN) telah membuat percubaan untuk membawa nanas Josapine ke pasaran Dubai dan seterusnya ke pasaran negara timur tengah yang lain. Eksport buah nangka pula menunjukkan peningkatan dari tahun 2015 – 2016. Buah-buahan lain seperti jambu batu, mangga, manggis, rambutan, durian, belimbing, langsat, mata kucing dan ciku dijangka berpotensi. Justeru, bekalan yang konsisten di samping promosi yang berterusan boleh meningkatkan kesedaran pengguna negara timur tengah untuk menikmati buah-buahan tropika Malaysia.

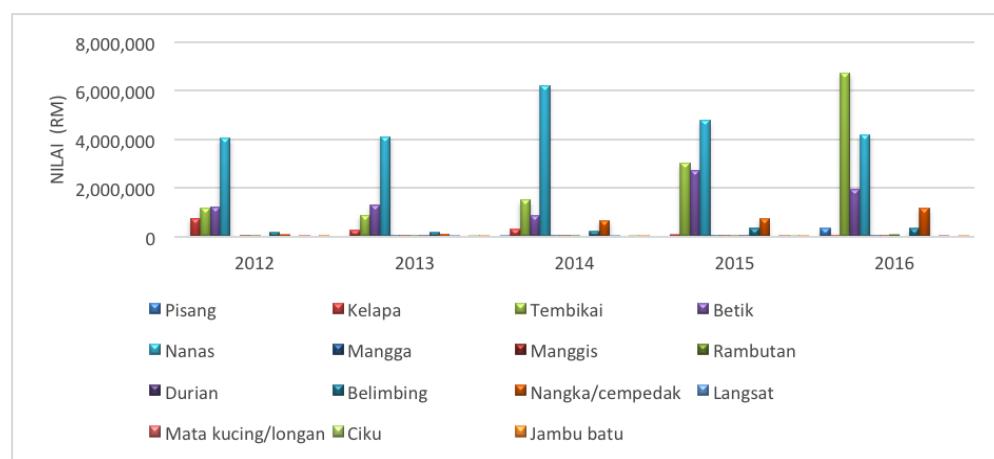


Rajah 11.7. Eksport buah-buahan tropika Malaysia ke pasaran timur tengah mengikut jenis, 2012 – 2016

Sumber: MOA (2018)

Jumlah purata eksport buah-buahan ke negara UAE meningkat 90% daripada RM7.5 juta (2012) kepada RM14.3 juta (2017) (Rajah 11.8). Analisis trend Mann-Kendall (Jadual 11.1) menunjukkan eksport buah-buahan Malaysia di pasaran UAE bagi tahun 2012 – 2016. Tiga

jenis buah iaitu tembikai, belimbing dan nangka menunjukkan peningkatan eksport yang positif dan signifikan ( $p \leq 0.01$ ), manakala kelapa kering (*dessicated coconut*) dan jambu menunjukkan penurunan yang signifikan (kuantiti atau nilai) pada nilai signifikan 1%. Nangka menunjukkan buah yang paling berpotensi kerana nilai dan kuantiti eksport meningkat secara signifikan sebanyak 19.9 mt atau RM278,460 setahun.



*Rajah 11.8. Eksport buah-buahan tropika Malaysia ke pasaran UAE mengikut jenis, 2012 – 2016*

**Jadual 11.1. Analisis trend Mann-Kendall, prestasi eksport buah-buahan Malaysia di pasaran UAE, 2012 – 2016**

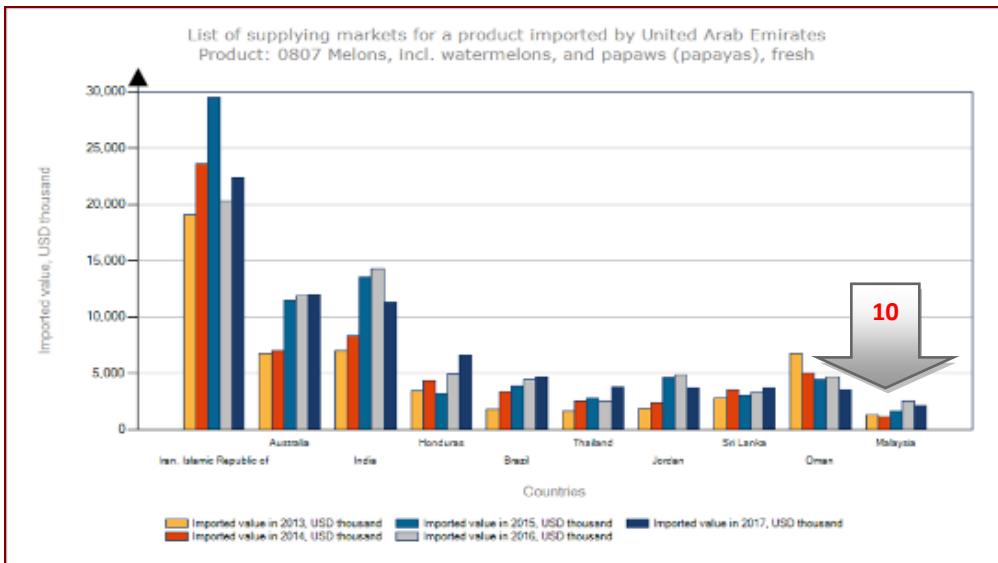
Variabel	Kuantiti (mt)/Setahun		Nilai (RM '000)/Setahun	
	Koefisien	P-Value	Koefisien	P-Value
Tembikai	388.204	0.086*	1,230.26	0.086*
Belimbing	2.518	0.086*	47.67	0.221
Nangka	19.921	0.086*	278.462	0.027**
Kelapa	-42.813	0.086*	-152.32	0.086*
Jambu	-1.855	0.086*	-11.59	0.086*
Betik	8.565	0.807	201.93	0.462
Nanas	-153.796	0.221	37.12	0.462
Manggis	-0.030	1.000	1.959	0.807
Rambutan	0.916	0.312	15.247	0.462

\*signifikan pada nilai ( $\alpha=0.1$ ); \*\*signifikan pada nilai ( $\alpha=0.05$ )

Sumber: MOA (2018)

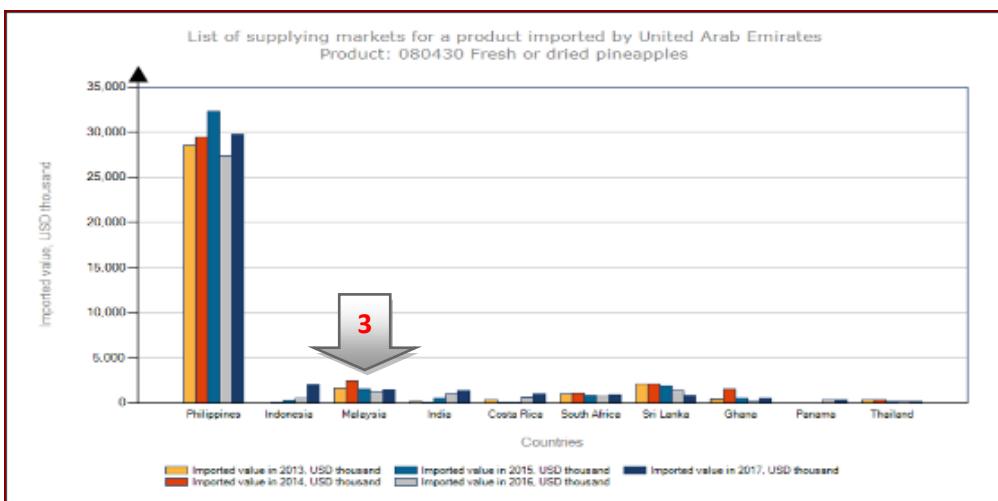
*Rajah 11.9 – Rajah 11.12* menunjukkan kedudukan eksport buah-buahan terpilih Malaysia dan negara pesaing. Negara pengeksport tembikai di pasaran UAE adalah Iran, Australia, India, Honduras, Brazil, Malaysia dan lain-lain lagi. Malaysia berada di kedudukan ke-10 bagi buah tembikai selepas negara Oman (*Rajah 11.9*). Bagi eksport nanas, Malaysia berada di kedudukan ke-3 manakala Filipina mendominasi eksport nanas dengan jumlah eksport tertinggi berbanding dengan negara pesaing (*Rajah 11.10*). Varieti nanas MD2 yang dikeluarkan oleh Filipina sangat dikenali dalam kalangan pengguna di UAE dan negara timur tengah. Negara Indonesia menjadi pesaing rapat dengan Malaysia kerana masih baru memasuki pasaran eksport nanas UAE iaitu pada tahun 2015.

Secara keseluruhannya, Malaysia berada dikedudukan ke-6 bagi eksport buah betik ke UAE selepas Afrika Selatan (*Rajah 11.11*). Varieti yang dieksport adalah dari jenis Sekaki. Thailand, Sri Lanka dan India merupakan tiga negara pengeksport terbesar betik ke pasaran UAE. Betik daripada Sri Lanka dan India adalah bersaiz kecil seperti betik Solo. *Rajah 11.12* menunjukkan kedudukan eksport Malaysia bagi buah-buahan tropika yang lain, keutamaan kepada kepada buah nangka. Walaupun kedudukan Malaysia jauh di tangga ke-18, namun peningkatan eksport terhadap nangka semakin meningkat setiap tahun. Negara India merupakan negara pengeksport terbesar buah tropika lain di pasaran UAE diikuti USA, Thailand dan Mesir. Pengiraan ini adalah secara kumulatif bagi beberapa jenis buah termasuklah nangka, belimbing, ciku dan buah markisa.



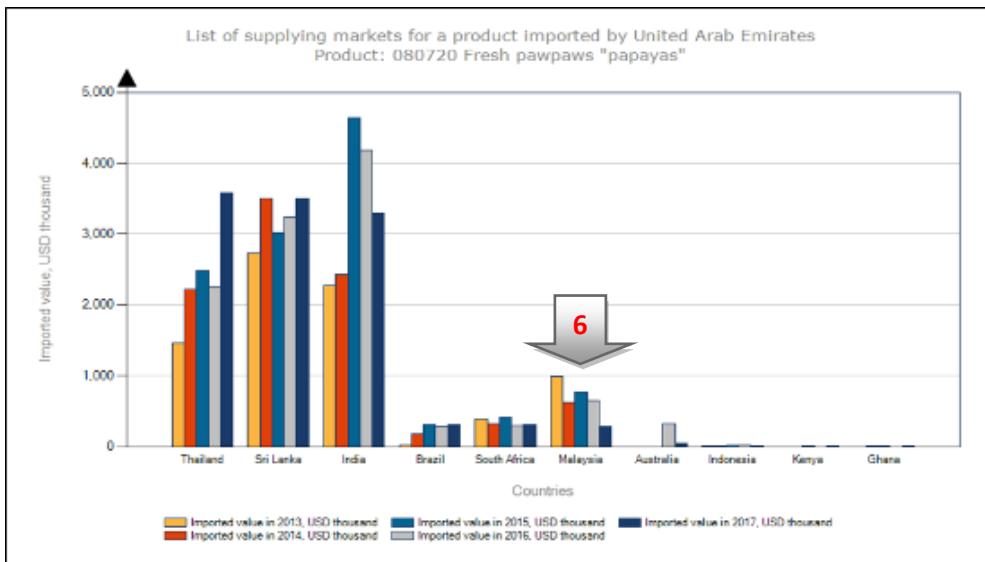
Rajah 11.9. Kedudukan eksport tembakai Malaysia dan negara pesaing di pasaran UAE, 2013 – 2017

Sumber: Trade Map (2018)



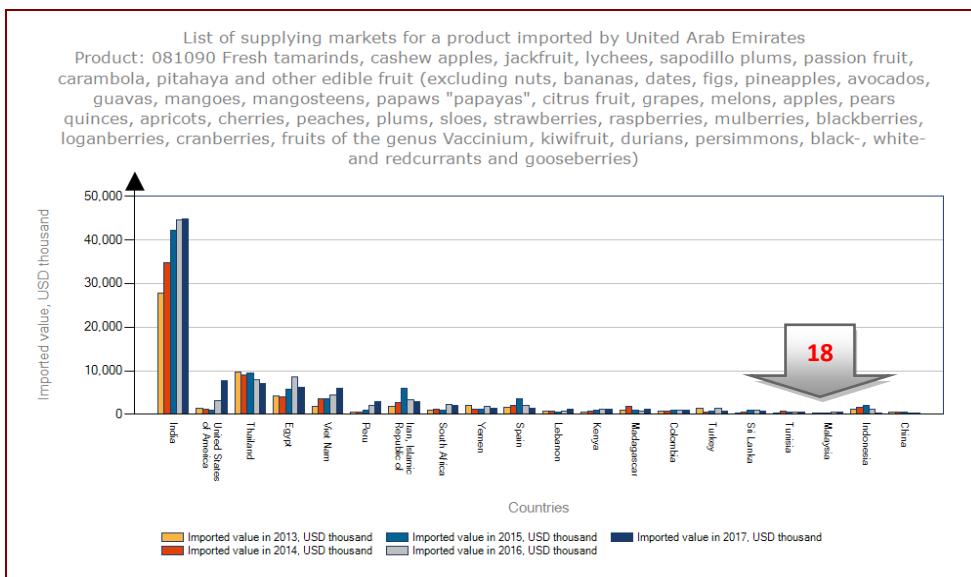
Rajah 11.10. Kedudukan eksport nanas Malaysia dan negara pesaing di pasaran UAE, 2013 – 2017

Sumber: Trade Map (2018)



*Rajah 11.11. Kedudukan eksport betik Malaysia dan negara pesaing di pasaran UAE, 2013 – 2017*

Sumber: Trade Map (2018)



*Rajah 11.12. Kedudukan eksport buah tropika Malaysia lain dan negara pesaing di pasaran UAE, 2013 – 2017*

Sumber: Trade Map (2018)

Nilai eksport buah-buahan Malaysia ke negara Oman dan Qatar masih rendah (<1%) berbanding dengan eksport ke negara UAE.

Perbincangan bersama pengimport menyatakan hakikatnya UAE menjadi hub dagangan ke negara timur tengah yang lain. Ini bermaksud, buah yang dieksport ke UAE bukan hanya digunakan sepenuhnya oleh penduduk tempatan tetapi dieksport ke negara jiran termasuk Oman dan Qatar. *Jadual 11.2* menunjukkan buah-buahan yang pernah dieksport daripada Malaysia ke dua-dua negara dari tahun 2012 – 2017. Secara keseluruhannya, eksport buah-buahan tempatan Malaysia ke negara Oman dan Qatar menunjukkan peningkatan daripada segi nilai dan jenis buah. Buah nanas dan nangka merupakan antara buah yang dieksport secara konsisten dan meningkat pada setiap tahun.

**Jadual 11.2. Jumlah eksport buah-buahan Malaysia ke negara Oman dan Qatar mengikut jenis, 2012 – 2017**

Tahun	Oman		Qatar	
	Jenis buah	Nilai (RM '000)	Jenis buah	Nilai (RM '000)
2012	Manggis	2.73	Tembikai	9.12
	Rambutan	4.88	Nanas	0.21
			Manggis	0.37
			Rambutan	0.46
			Nangka/cempedak	3.56
	Jumlah	7.61		13.72
2013	-tiada-	0	Tembikai	52.12
			Betik	4.69
			Jambu batu	6.31
			Mangga	4.33
			Belimbing	0.77
			Nangka/cempedak	9.35
			Langsat	0.81
	Jumlah	0		78.38
2014	Nanas	41.86	Pisang	0.11
	Jambu Batu	0.21	Tembikai	106.64
	Rambutan	1.08	Betik	8.8
	Nangka/cempedak	13.08	Jambu batu	8.15
			Mangga	9.29
			Manggis	0.56
			Rambutan	1.53
			Belimbing	1.14
			Nangka/cempedak	20.96
			Langsat	0.49
			Ciku	0.17
	Jumlah	56.23		157.84

Tahun	Oman		Qatar	
	Jenis buah	Nilai (RM '000)	Jenis buah	Nilai (RM '000)
2015	Betik	1.3	Tembikai	102.25
	Nanas	5.69	Betik	8.40
	Mangga	7.48	Jambu batu	11.25
	Belimbing	1.36	Mangga	19.81
	Nangka/cempedak	65.94	Belimbing	0.55
	Ciku	0.73	Nangka/cempedak	10.84
			Ciku	0.31
<b>Jumlah</b>		<b>82.50</b>		<b>153.41</b>
2016	Pisang	76.62	Tembikai	154.01
	Tembikai	1.67	Betik	22.05
	Betik	15.78	Nanas	75.46
	Nanas	0.17	Jambu batu	13.71
	Jambu Batu	1.07	Mangga	26.60
	Mangga	1.78	Nangka/cempedak	67.69
	Rambutan	0.20		
	Durian	9.44		
	Nangka/cempedak	52.47		
	Mata Kucing	3.27		
<b>Jumlah</b>		<b>162.47</b>		<b>359.52</b>
2017	Kelapa	108.15	Tembikai	129.42
	Tembikai	0.25	Betik	8.19
	Betik	0.31	Jambu batu	12.47
	Mangga	0.39	Mangga	21.72
	Manggis	1.06	Belimbing	0.72
	Rambutan	2.24	Nangka/cempedak	40.26
	Belimbing	3.47		
	Nangka/cempedak	90.754		
<b>Jumlah</b>		<b>206.62</b>		<b>212.78</b>

Sumber: MOA (2018)

#### **11.4.4. Kajian kes: Rantai nilai eksport buah nangka Malaysia ke Dubai menggunakan pengangkutan udara**

Maklumat aliran rantai nilai dan kos eksport buah nangka Malaysia ke Dubai dengan menggunakan pengangkutan udara diperolehi melalui temu bual bersama pengeksport (*Rajah 11.13*). Simulasi pengendalian rantaian sejuk dingin pula didapati melalui bacaan *data logger* yang berfungsi sebagai alat pengesanan suhu semasa. Alat ini dimasukkan bersama buah yang akan dieksport menaiki pesawat sehingga ke rak jualan di pasar raya Dubai. Buah segar sangat sensitif dengan perubahan

suhu. Bacaan suhu yang melebihi suhu bilik ( $27^{\circ}\text{C}$ ) akan meningkatkan kadar respirasi buah dan risiko kerosakan pada buah. Pengekalan kondisi pada suhu yang rendah akan memanjangkan jangka hayat buah. Jangka hayat buah nangka dianggarkan dalam tempoh tujuh hari atau seminggu selepas dituai.

Buah nangka diperolehi dari ladang di Lanchang, Pahang dan dituai pada indeks kemasakan 80% dengan anggaran berat 10 kg sebiji dengan harga ladang RM 3.50 – RM 5.00/kg bergantung kepada bekalan buah. Buah kebiasaannya dituai pada waktu pagi, dibersihkan dan dimasukkan ke dalam lori untuk dihantar ke pusat pembungkusan pengeksport. Buah yang dihantar dijangka tiba pada sebelah petang. Keesokan harinya, buah yang telah tiba di pusat pembungkusan pengeksport akan dipilih, dibersihkan dengan air biasa dan dikeringkan sebelum dibungkus untuk dieksport. Buah yang telah diperiksa kualiti fizikalnya akan dibungkus dengan menggunakan *corrugated box* dan disimpan di dalam bilik penyimpanan pada suhu biasa. Simpanan bilik sejuk beku akan digunakan jika perlu pada suhu  $10^{\circ}\text{C}$  (bergantung kepada keperluan negara pengimport).

Buah akan dibalut kesemuanya mengikut tempahan pengimport dan terus dihantar ke KLIA untuk diterbangkan pada sebelah petang (waktu penerbangan - 7:50 petang). Penerbangan mengambil masa tujuh jam dari Terminal Lapangan Terbang Antarabangsa KLIA ke Lapangan Terbang Antarabangsa Dubai. Caj pengangutan udara adalah berbeza bergantung kepada pemilihan syarikat penerbangan. Kos operasi bagi aktiviti pungumpulan dan pengkesportan meningkat sebanyak 25% atau RM1/kg daripada harga belian ladang. Sebagai contoh, harga belian ladang RM4, ditambah kos operasi dan pengangkutan sehingga ke KLIA menjadi RM5.00. Harga ini juga disebut dengan istilah harga *Free on Board* (FOB). Dianggarkan pembayaran perjalanan barang sehingga ke port penerbangan Dubai atau dipanggil sebagai harga *Cost, Insurance* dan *Freight* (CIF) adalah sebanyak 70% (RM3.50). Harga CIF meningkat kepada (RM8.50).

Buah akan dibenarkan keluar daripada pemeriksaan kastam Dubai dalam tempoh 1 – 2 jam jika kesemua dokumentasi lengkap disediakan. Pada hari ke-4 buah akan diterima oleh pengimport Dubai dan disimpan di dalam gudang penyimpanan yang sesuai. Kos pemberong meningkat sebanyak 20 – 25% di setiap rantai nilai (RM2.20). Pada hari ke 5 – 7, buah akan dijual di pasar raya atau pasaran runcit segar dengan harga jualan RM14.50/kg (atau AED12.95; US\$3.50 /kg). Harga jualan nangka yang telah diproses minima dan dipek dari Thailand adalah berharga AED9.50 atau RM10.60 bagi bungkus 200 g/pek.



Rajah 11.13. Rantai nilai dan kos eksport buah nangka ke Dubai melalui pengangkutan udara

#### 11.4.5. Maklumat cita rasa pengguna dan tinjauan pasaran

Maklumat cita rasa dan gelagat pengguna diperolehi melalui kaedah tinjauan pasaran yang diadakan di 14 lokasi pasar raya dan pasar basah terpilih di sekitar Dubai, Muscat dan Doha (*Lampiran 11.1*). Tiga kategori pasaran ditinjau iaitu pasar raya premium, pertengahan dan basah. Maklumat yang diperolehi termasuklah jualan harga (harga tempatan dan pertukaran ke US\$ untuk perbandingan), kemanisan buah

(brix) dan cita rasa pengguna. *Jadual 11.3* menunjukkan rumusan citarasa pasaran di Dubai, Oman da Qatar bagi beberapa jenis buah-buahan terpilih iaitu nangka, nanas, tembikai dan tembikai susu/melon.

Nangka yang dipasarkan Thailand dalam bentuk pek (200 g/pek). Harga pasaran nangka di Muscat, Oman (OMR1.40/200 g atau US\$3.64) adalah lebih mahal berbanding dengan di Dubai iaitu AED9.50/200 g atau US2.59. Sepanjang tempoh kajian, tiada nangka dipasarkan di pasar raya/*hypermarket* di Doha, Qatar. Melalui pemerhatian, pengguna India, Pakistan dan Nepal lebih cenderung membeli nangka. Buah nangka yang dieksport oleh Malaysia tidak didapati semasa tinjauan pasaran dijalankan tetapi berdasarkan perbincangan bersama pengeksport dan pengimport, nangka Malaysia dipasarkan kepada pengguna industri terutamanya hotel dan syarikat penerbangan. Nanas dan tembikai merupakan antara buah yang paling digemari oleh pengguna negara timur tengah dengan memenuhi permintaan bagi jus buah segar yang tinggi. Buah nanas yang dijual di pasaran Dubai, Qatar dan Oman dieksport daripada Malaysia, Filipina, Thailand, Indonesia, Sri Lanka dan Uganda. Harga jualan di Dubai adalah antara AED7.95/kg atau US\$2.16/kg (Filipina) hingga AED11.95/kg atau US\$3.25/kg (Sri Lanka). Manakala di Muscat, harga adalah antara OMR0.69 – OMR1.59/kg (Filipina) atau US\$0.42 – US\$4.13/kg (Uganda). Harga jualan di Qatar juga tidak jauh beza iaitu antara QAR6.25/kg atau US\$1.72/kg (Indonesia) hingga QAR12.75/kg atau US\$ 3.50 (Filipina). Ujian refrektometer kemanisan menunjukkan kebanyakan nanas yang dieksport daripada Filipina (jenama Dole dan Estrella) adalah varieti MD2 dengan indeks kemanisan antara 11.7 – 13.2. Berdasarkan sampel yang dikaji, nanas dari Uganda adalah paling manis iaitu dengan brix indeks 15.2. Anggaran berat sebiji buah yang dijual adalah antara 1.2 – 1.5kg/biji.

Jadual 11.3. Maklumat pasaran dan citarasa pengguna di Dubai, Oman dan Qatar

Buah	Faktor	Cita rasa pasaran semasa		
		Dubai, UAE	Muscat, Oman	Doha, Qatar
Nangka	Brix	n.a	n.a	n.a
	Harga	AED 9.50/200 g/pek (Thailand); US\$2.59	OMR 1.40/200 g/pek (Thailand); US\$3.64	n.a
Cita rasa pengguna		Tekstur rangup, rasa manis dan lebih masak *		
Nanas	Brix	11.7 – 13.2	12.3 – 15.2	11.7 – 14.9
	Harga	AED7.95/kg (Dole, PH); US\$2.16/kg	OMR0.42-1.2/kg (Estrella-PH); US\$0.42 - 3.12/kg	QAR6.25/kg (Indonesia); US\$1.72
Cita rasa pengguna		AED11.95/kg (Sri Lanka); US\$3.25/kg		
Tembikai	Brix	9.0 – 10.7	8.0 – 9.0	9.0 – 11.6
	Harga	AED2.25/kg (Iran); US\$0.61/kg	OMR0.19/kg (Iran); US\$0.49/kg	QAR3.00/kg (Iran); US\$0.69/kg
Cita rasa pengguna		AED31.00/kg (Spain); US\$8.44/kg		
Tembikai susu/melon	Brix	12.8 – 13.7	8.7 – 14.5	9.7 – 12.2
	Harga	AED8.50/kg (Melon Iran); US \$ 2.31/kg	OMR0.39 (Iran); US \$1.01/kg	QAR4.00 (Iran); US\$1.10/kg
Citarasa pengguna		AED19.50/kg (HDEW-Australia); US\$5.31/kg		
		OMR 0.69/kg (Marocco); US\$1.79/kg		
		QAR 14.75 /kg (Marocco); US\$4.05/kg		
		Rasa manis, tekstur rangup *		

\*dapatkan perbincangan bersama pengurus pemasaran pasar raya/hypermarket

\*\*dapatkan uji rasa oleh kajian LPNM di Dubai (2018) (n=64)

Bagi memudahkan pengguna untuk menikmati buah nanas segar, rata-rata semua pasar raya menyediakan perkhidmatan mengupas dan memotong nanas dengan menggunakan alat pengupasan kulit seperti yang ditunjukkan di dalam *Lampiran 11.2*. Selepas menimbang berat dan mendapatkan harga timbangan, pengguna akan terus ke bahagian pengupasan dan pemotongan. Stesen pengupasan dan pemotongan ini memudahkan pengguna menikmati buah nanas segar untuk dibawa

pulang. Antara citarasa pengguna di negara timur tengah adalah rasa yang manis, mempunyai jambul yang besar dan bersaiz sederhana serta mempunyai jangka hayat lepas tuai yang lebih lama. Ciri tersebut menyamai nanas MD2. Buah yang berlabel dengan arahan kaedah pemotongan, kebaikan dan slogan kesihatan akan lebih menarik minat pengguna terhadap nanas dari sesebuah negara. Sebagai contoh buah nanas dari Dole, Filipina yang menyediakan arahan pemotongan buah dengan lebih mudah pada label pembungkusan (*Lampiran 11.3*).

Permintaan tembikai di pasaran negara timur tengah turut meningkat dan digemari oleh pengguna tempatan. Negara Iran dan Mesir turut menjadi pengeluar dan pengeksport buah tembikai ke Dubai, Oman dan Qatar selain dari negara tropika yang lain dengan harga jualan yang lebih rendah. Namun, kualiti buah ini berbeza dengan kualiti buah yang diimport dari Australia dan Malaysia kerana buah yang dihasilkan manis (brix: 10 – 11.6) dan tidak berbiji dan sangat sesuai untuk dijadikan jus segar. Harga jualan tembikai Iran di pasaran Dubai adalah AED2.25/kg (US\$0.61/kg) dan yang paling tinggi adalah dari Spain iaitu berharga AED31/kg atau US\$8.44. Ujian brix kemanisan mendapati tembikai dari Australia mempunyai indeks kemanisan 10.7. Di Oman pula, petani tempatan turut menanam tembikai dan menjual di pasaran tempatan dengan harga jualan sebanyak OMR0.60/kg (US\$1.56) dengan indeks kemanisan pada kadar 9.0. Tembikai di negara Qatar diimport daripada pelbagai sumber termasuklah dari Iran dan Australia. Harga jualannya tidak jauh beza iaitu QAR3/kg atau US\$0.69/kg (Iran) dan diimport dari Australia (QAR17.50/kg atau US4.81/kg). Perbandingan kemanisan antara tembikai di ketiga-tiga negara mendapati tembikai dari Australia mempunyai indeks kemanisan paling tinggi iaitu 11.6. Berdasarkan pemerhatian pasaran, pengguna cenderung membeli tembikai dengan indeks kemanisan yang tinggi (10 – 12), tekstur yang rangup, tidak berbiji dengan anggaran harga US 0.50 – 5.00/kg.

Tembikai susu/melon juga banyak dijual di pasaran negara timur tengah. Di pasaran Dubai, melon yang diimport dari Iran dijual pada harga AED8.50/kg (US\$2.31) dan yang paling mahal diimport dari

Australia iaitu berharga AED19.50/kg atau US\$5.31/kg. Manakala di pasaran Oman, buah melon dari Marocco yang berkulit tebal mempunyai indeks kemanisan yang paling tinggi iaitu sebanyak 14.5 dijual dengan harga OMR0.69/kg atau US1.79, iaitu lebih rendah berbanding dengan di pasaran Qatar iaitu berharga US\$4.05/kg (QAR 14.75/kg).

#### **11.4.6. Isu dan cabaran**

Isu dan cabaran mengeksport buah ke negara timur tengah terutama ke UAE diperolehi berdasarkan temu bual dan perbincangan kumpulan fokus bersama pengeksport Malaysia yang berpengalaman lebih daripada 10 tahun mengeksport buah-buahan tropika ke pasaran ini. Antara isu yang didepani oleh pengeksport adalah seperti berikut:

- 1) Kos pengangkutan udara yang tinggi hampir dua kali ganda daripada harga belian di ladang. Sebagai contoh, harga belian nangka adalah RM3.50/kg dan kos pengangkutan udara berharga RM7/kg. Caj pengangkutan ini adalah daripada penyedia pengangkutan udara antarabangsa seperti Emirates, Qatar Airways, Oman Air dan lain-lain. Tiada pengangkutan udara tempatan dari MAS ke negara timur tengah. Caj pengangkutan terus meningkat bergantung kepada terma yang ditetapkan oleh syarikat penerbangan. Hal ini akan menyebabkan pengeksport terpaksa menanggung caj kenaikan dengan keuntungan kecil sedangkan pengimpor mahukan harga yang murah. Alternatif kepada pengangkutan udara adalah melalui jalan laut dan caj pengangkutan adalah lebih murah. Namun, pengangkutan laut memerlukan kuantiti yang lebih besar dan banyak. Jarak perjalanannya juga memakan masa yang lama (9 – 14 hari) sedangkan buah-buahan segar ini mempunyai kadar jangka hayat yang singkat. Bagi membekalkan kesegaran buah di rak jualan, penjagaan kualiti dan pengendalian lepas tuai adalah penting dipraktikkan.

- 2) Pengeksport juga menghadapi masalah kekurangan bekalan buah yang berkualiti dan harga jualan yang tidak tetap. Harga belian di ladang berubah berdasarkan bekalan buah di ladang. Harga akan meningkat jika bekalan terutama buah yang berkualiti berkurangan dan menyebabkan pengeksport terpaksa membeli dengan harga yang mahal. Pengeksport juga berdepan masalah dengan kekurangan bekalan walaupun telah menempah buah daripada petani. Isu ini selalu berlaku terutama pada pengeluaran di musim hujan, banyak buah yang tidak menjadi dan menyebabkan bekalan berkurangan.

Untuk mengetahui prestasi dan status buah eksport Malaysia, temu bual bersama pengimport, pengurus pasar raya dan pegawai import dan eksport dari Dubai Manucipality telah ditemu bual. Berdasarkan kepada pengalaman dan dapatan mereka berikut merupakan beberapa isu yang dihadapi oleh buah-buahan dari Malaysia:

- 1) Berdasarkan pengalaman pengimport sejak 10 tahun yang lalu menyatakan bahawa buah-buahan yang diimport dari Malaysia telah menurun kualitinya berbanding dahulu. Kualiti buah yang diukur berdasarkan ciri fizikal seperti warna dan saiz buah yang tidak seragam.
- 2) Harga yang ditawarkan oleh pengeksport juga sekarang adalah lebih mahal. Hal ini berkait rapat dengan caj pengangkutan yang semakin meningkat terutama bagi pengangkutan udara yang menyebabkan harga jualan yang dieksport meningkat. Secara tidak langsung harga belian pengimport dan harga jualan runcit turut meningkat.

#### **11.4.7.      Analisis SWOT**

Bagi meneroka pasaran baru ke negara Oman dan Qatar, satu analisis SWOT telah dijalankan dengan mengambil kira keseluruhan hubung kait faktor pasaran dalam dan luaran. Analisis ini merupakan salah satu

instrumen dalam merangka strategi perniagaan dan pasaran untuk menilai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor dalaman manakala faktor peluang dan ancaman adalah faktor luaran dalam analisis SWOT yang dijalankan. *Rajah 11.4 dan 11.5* menunjukkan analisis SWOT yang dijalankan terhadap pasaran Oman dan Qatar.

Kekuatan mengeksport buah-buahan Malaysia ke negara Oman berdasarkan hubungan baik antara dua negara sejak sekian lama. Selain itu, dasar terbuka negara Oman untuk mempelbagaikan sumber ekonomi negara dengan membuka lebih banyak peluang pelaburan asing. Sebuah bandar pelabuhan bebas iaitu Duqm menjadikan satu kekuatan kepada hubungan dagangan Malaysia-Oman. Pelabuhan ini sedang dinaik taraf dengan fasiliti terbaik untuk urusan perdagangan dan jika dinilai daripada aspek jarak perjalanan dari Eropah dan Timur Barat, Oman merupakan laluan pertama Teluk Parsi Arab. Ini menjadikan tempoh perjalanan lebih singkat dari 7 – 10 hari berbanding dengan ke Pelabuhan Jabel Ali di UAE yang mengambil masa 9 – 14 hari.

Dari aspek kelemahan pula, caj pengangkutan udara menjadi isu yang paling besar bagi mengeksport buah-buahan segar ke negara timur tengah termasuk negara Oman. Caj yang tinggi dikenakan oleh syarikat penerbangan asing menjadikan kos jualan meningkat dan seterusnya meningkatkan harga di pasaran runcit. Perkhidmatan menggunakan jalan laut merupakan alternatif namun perlu menghantar dengan kuantiti yang lebih banyak dan masa penghantaran yang agak lama. Terdapat kemungkinan risiko kelewatan dan berlaku kerosakan sepanjang pengendalian di dalam kapal. Justeru, bagi mengurangkan kerugian, pengeksport harus meminimakan risiko dalam urusan perdagangan.

Bagi peluang jangka masa panjang, pasaran Oman dilihat sebagai satu pelaburan yang baik dalam tempoh 10 – 15 tahun akan datang. Pelabuhan Duqm sedang dinaik taraf pada masa ini dan diharap dapat memberikan saingen sangat kepada pelabuhan di Jebel Ali. Persaingan

perniagaan yang sihat akan memberikan peluang dan impak positif bagi pasaran Oman akan datang. Selain itu juga, kerajaan negara Oman menginginkan kepelbagaian kuasa ekonomi sejajar dengan pertambahan rakyat tempatan dan ekspatriat. Peluang lain yang boleh direbut oleh pengeksport Malaysia adalah dengan mengurangkan persaingan yang mana pembekalan dibuat semasa pesaing dari negara lain tidak dapat mengeksport. Sebagai contoh menjadi pembekal alternatif kepada negara Filipina pada bulan September hingga Disember kerana pertukaran angin monsun yang boleh mengakibatkan angin taufan.

Ancaman daripada persaingan harga negara pesaing yang lain menjadi salah satu faktor yang perlu ditimbangkan. Jualan harga yang terlalu tinggi akan mengurangkan permintaan di pasaran runcit. Namun perkara ini boleh terjadi sebaliknya sekiranya kualiti dan kuantiti pembekalan dipatuhi bagi segmen pasaran tertentu sebagai contoh ke pasaran katerer atau institusi pembuatan produk asas tani. Bagi menjamin kualiti kekal di sepanjang rantai nilai, pengurusan pengendalian lepas tuai adalah sangat perlu dan ini juga menjadi satu ancaman kepada pengeksport sekiranya faktor ini tidak diambil berat. Selain itu juga, strategi promosi dan pemasaran perlu diteruskan secara berterusan di pasaran Oman agar pengenalan terhadap buah keluaran Malaysia diketahui oleh pengguna tempatan.

<b>KEKUATAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dasar terbuka kerajaan Oman bagi pelaburan asing-Zon Dagangan Bebas (Duqm-bandar pelabuhan bebas)</li> <li>Hubungan yang baik atas dasar kepercayaan dan kebolehan Malaysia</li> <li>Jarak perjalanan yang paling dekat berbanding Port Jebel Ali. Peluang untuk sampai ke destinasi lebih cepat (7-10 hari) berbanding ke UAE (9-14 hari).</li> </ul>
<b>KELEMAHAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kos penghantaran yang mahal melalui udara, tiada penerbangan nasional, penghantaran melalui laut lebih murah tetapi memerlukan volume yang besar</li> </ul>
<b>PELUANG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelaburan di Duqm sebagai pelabuhan Asia Barat (10-15 tahun akan datang), Duqm vs Jebel Ali</li> <li>Polisi negara yang ingin mempelbagaikan kuasa ekonomi dan sumber bekalan makanan</li> <li>Menjadi pembekal alternatif bagi negara pesaing (cth : semasa berlaku typhoon di Filipina-Sep-Dis)</li> <li>Peningkatan penduduk tempatan dan ekspatriat</li> </ul>
<b>ANCAMAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaedah penghantaran dan teknik pengendalian lepas tuai bagi jaminan kualiti</li> <li>Persaingan harga dari negara jiran sedia ada (Jordan, Filipina, Thailand, Marocco)</li> <li>Promosi berterusan untuk memperkenal buah-buahan Malaysia di kalangan pengguna Oman</li> </ul>

Rajah 11.14. SWOT analisis terhadap pasaran baru ke negara Oman

Pasaran Qatar juga merupakan satu pasaran yang sangat berpotensi dan baik untuk dikembangkan. Pakatan hubungan dua hala Malaysia-Qatar membuka peluang kepada perdagangan antarabangsa terutama bagi eksport buah-buahan tropika tempatan. Sejarah perdagangan telah menunjukkan Qatar merupakan negara rakan dagangan terbesar Malaysia selepas UAE dan Arab Saudi bagi produk elektrik, alatan dan makanan terproses dan ini menjadikan satu faktor kekuatan bagi pasaran ini. Negara Qatar merupakan antara negara yang kaya dengan sumber mineral minyak dan gas asli. Jumlah populasi tempatan yang kecil dengan pendapatan negara dan individu yang tinggi menjadikan kuasa beli rakyat Qatar juga adalah tinggi. Berdasarkan laporan dari Mohammad, *The Peninsular* (2017), rakyat Qatar memiliki asset tidak kurang daripada 100 juta Riyal Qatar atau bersamaan US\$102 juta dan menjadikankekayaan tertinggi dalam kalangan negara timur tengah.

Sama seperti di pasaran Oman, isu caj perkhidmatan pengangkutan udara merupakan faktor kelemahan bagi eksport ke negara ini. Pengangkutan alternatif melalui jalan laut pula memerlukan bekalan kuantiti yang lebih besar dan kemungkinan menghadapi risiko kerosakan dan kerugian. Walaupun begitu, strategi meminimumkan kerugian boleh dirangka dengan mengimplementasi pengurusan pengendalian lepas tuai yang baik.

Semasa membuat tinjauan pasaran buah-buahan tropika di pasar raya Qatar, didapati hasil pertanian daripada pesaing rapat Malaysia iaitu negara Thailand adalah masih kurang. Justeru, strategi memperluas pasaran hasil pertanian Malaysia merupakan peluang yang besar sebagai peneraju pasaran (*market leader*). Selain itu, seperti sedia maklum negara Qatar akan menjadi tuan rumah bagi kejohanan Piala Dunia FIFA 2020. Semasa acara ini dijalankan akan hadir hampir 400,000 orang untuk menyaksikan perlawanan dan semestinya keperluan terhadap makanan adalah meningkat pada masa ini. Oleh yang demikian, peluang Malaysia untuk menjadi pembekal utama buah-buahan tempatan adalah sangat besar dan terbuka. Ini secara tidak langsung akan meningkatkan prestasi eksport di samping menaikkan nama negara di mata dunia. Sekatan kawalan yang dihadapi oleh Qatar dari pakatan negara Arab Saudi, UAE, Bahrain, Yaman dan Mesir tidak menggoyahkan kerjaan Qatar untuk mendapatkan sumber bekalan makanan. Malahan, mereka bersungguh-sungguh meningkatkan infrastruktur dan logistik perdagangan untuk mengimport sendiri bekalan makanan dari negara sumber tanpa bergantung sepenuhnya dari negara UAE seperti yang diamalkan sebelum ini. Sekatan ekonomi ini, merupakan peluang kepada Malaysia untuk membuat hubungan perdagangan yang lebih erat dengan negara Qatar.

Ancaman dalam urusan eksport dan import ke negara luar adalah dari negara pesaing lain dalam harga, pembekalan, kualiti dan perkhidmatan. Jaminan bekalan yang berkualiti dan konsisten akan memberi kelebihan kepada sesebuah negara untuk mendapat permintaan penduduk tempatan. Pengurusan pengendalian lepas tuai perlu diambil berat oleh semua pengeksport agar jaminan kualiti buah

yang dieksport dapat dikekalkan. Selain itu, program promosi yang berterusan kepada pengguna perlu diteruskan agar buah-buahan tempatan Malaysia dikenali dan diminati oleh pengguna Qatar.

<b>KEKUATAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hubungan diplomatik Malaysia-Qatar yang baik dan istimewa kerana bersama di dalam OIC</li> <li>Rakan dagangan ketiga terbesar selepas UAE dan Saudi Arabia ( E&amp;E, alatan &amp; makanan proses)</li> <li>Negara kaya dengan kuasa beli yang tinggi. 60% rakyat Qatar memiliki aset tidak kurang \$ 100 juta Riyal Qatar/orang (300,000 orang-Qatari)</li> </ul>
<b>KELEMAHAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kos penghantaran yang mahal melalui udara, tiada penerbangan nasional</li> <li>Penghantaran melalui laut memerlukan volume yang besar</li> </ul>
<b>PELUANG</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kurang pesaing pembekal buah-buahan tropika. Produk dari Thailand masih kurang di pasaran tempatan</li> <li>Peluang menjadi pembekal makanan bagi kejohanan Piala Dunia FIFA 2022</li> <li>Selepas sekatan dari pakatan GCC, polisi baru Qatar untuk mendapatkan bekalan import terus dari negara sumber.</li> </ul>
<b>ANCAMAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promosi berterusan untuk memperkenal buah-buahan Malaysia di kalangan pengguna Qatar</li> <li>Kaedah penghantaran dan teknik pengendalian lepas tuai bagi jaminan kualiti</li> <li>Persaingan harga dari negara jiran sedia ada (Jordan, Filipina, Marocco)</li> </ul>

*Rajah 11.15. SWOT analisis terhadap pasaran baru ke negara Qatar*

## 11.5. SARANAN

Isu utama eksport buah-buahan tempatan Malaysia ke negara timur tengah adalah faktor pengangkutan menggunakan udara. Caj pengangkutan udara ini meningkat setiap tahun sehingga menghampiri 70% daripada jumlah kos pengeluaran di Malaysia. Pengangkutan udara dilihat lebih efisien untuk mengeksport buah-buahan tropika Malaysia ke negara timur tengah kerana faktor jarak perjalanan yang singkat (satu hari), risiko kerosakan dan pembekalan kuantiti yang terhad tetapi dapat menjamin kualiti. Sehubungan itu, adalah dicadangkan diwujudkan satu polisi insentif bersasar kepada pengeksport yang

menggunakan penangangkutan udara berdasarkan merit dan pencapaian eksport tahunannya. Insentif yang dicadang adalah dengan pemberian pengecualian cukai perniagaan yang dikutip sebagai hasil kerajaan.

Saranan yang kedua pula untuk memperkasakan pengangkutan laut. Perkhidmatan pengangkutan laut adalah alternatif kepada pengangkutan udara namun cabaran besar untuk memenuhi permintaan dalam kuantiti yang banyak selain risiko kelewatan, kerosakan kapal dan kerugian. Dari aspek caj perkhidmatan, logistik laut dapat mengurangkan kos pengeluaran secara keseluruhan. Bagi membantu menyelesaikan permasalahan ini, kerajaan adalah disaran untuk mengurangkan beban risiko kerugian eksport sekiranya berlaku masalah kerosakan atau kelewatan penghantaran yang boleh mengakibatkan kerugian. Kerajaan dicadang untuk membantu menanggung 50% kerugian dengan pengecualian cukai perniagaan kepada pengeksport yang menggunakan pengangkutan laut.

## **11.6. RUMUSAN**

Eksport buah-buahan tropika Malaysia ke pasaran timur tengah menunjukkan peningkatan dengan purata pertumbuhan sebanyak 38.62% dari tahun 2012 – 2016. Buah nanas merupakan buah utama eksport Malaysia ke pasaran timur tengah. Negara UAE merupakan rakan dagangan terbesar buah-buahan Malaysia dalam kalangan negara timur tengah yang lain (44.3%). Analisis *Mann-Kendall* ke pasaran UAE menunjukkan eksport nangka, tembikai dan belimbing meningkat secara positif dan signifikan pada nilai ( $p \leq 0.01$ ). Nangka merupakan buah yang paling berpotensi dan berdaya saing untuk dieksport kerana nilai dan kuantitinya meningkat secara signifikan sebanyak 19.9 mt atau RM278,460 setahun. Malaysia bersaing dengan negara lain di pasaran buah-buahan tropika UAE antaranya berada di kedudukan ke-3 bagi eksport buah nanas, tangga ke-6 eksport buah betik, tangga ke-10 eksport buah tembikai dan tangga ke-18 bagi buah tropika yang lain termasuklah nangka, belimbing, ciku dan markisa.

Maklumat cita rasa dan gelagat pengguna mendapati buah-buahan tropika yang dijual di pasaran runcit mendapati buah tembikai dijual dengan banyak dan digunakan untuk dibuat jus dan makan segar. Buah nanas pula digunakan untuk dimakan segar dimana perkhidmatan memotong buah nanas disediakan bagi memudahkan pengguna menikmati buah nanas segar. Buah yang manis merupakan atribut buah yang penting bagi buah-buahan yang dibeli oleh pengguna. Caj pengangkutan udara yang tinggi iaitu 70% daripada harga CIF dan kenaikan caj syarikat penerbangan menyebabkan pengeksport mendapat keuntungan kecil sedangkan harga yang ditawar pengimport adalah rendah. Pengangkutan laut pula memerlukan masa perjalanan yang lama (9 – 14 hari) dengan kuantiti yang lebih besar. Pasaran Oman dan Qatar merupakan pasaran eksport yang berpotensi untuk ditembusi dan diluaskan. Analisis SWOT dijalankan bagi mengenal pasti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di pasaran Oman dan Qatar. Eksport buah Malaysia akan terus meningkat di pasaran timur tengah jika permintaan di Oman dan Qatar dapat dibekalkan. Walau bagaimanapun, program promosi perlu diteruskan bagi meningkatkan kesedaran dan meningkatkan kecenderungan pengguna terhadap buah-buahan Malaysia.

## **11.7. RUJUKAN**

- Alias, M.H. dan Habibah, S. (1993). The constant market share analysis: An application to natural rubber export of major producing countries. *Journal of World Trade Law* 1:235 – 251.
- Arif, M. (1984). Constant market share analysis of Malaysian export and imports. *Kajian Ekonomi Malaysia* 21(2): 1 – 22.
- Economy Watch. (2010). *Qatar Economy*. Diperoleh pada 25 Disember 2018 dari [http://www.economywatch.com/world\\_economy/qatar](http://www.economywatch.com/world_economy/qatar)
- Encyclopaedia Britannica. (2019). *Gulf Cooperation Council International Organization*. Diperoleh pada 26 Disember 2018 dari <https://www.britannica.com/topic/Gulf-Cooperation-Council>.
- Fanack. (2018). *Economy of Oman*. Dilayarkan dari <https://fanack.com/oman/economy/>

- Fortune. (2017). *These are the richest countries in the world*. Diperoleh pada 10 Disember 2018 dari <http://fortune.com/2017/11/17/richest-country-in-the-world/>
- International Trade Centre. (2015). *Fresh fruits & vegetables middle east*. International Trade Centre Publishing. Geneva, Switzerland.
- Jinap, S., Siti Fatimah, M., Mad Nasir, S., Jamil, B., dan Rosli, S. (2010). Export competitiveness of the Malaysian processed food in the middle east market. *Journal of Agribusiness Marketing. Special Edition*, 106 – 118.
- Kamel, M.A., Zafar, A., Benno, B., dan Walid, S. (2015). *The Water, Energy, and Food Security Nexus in the Arab Region : Desalinated Water for Food Production in the Arab Region*. : Nerw York, US : Springer International Publishing
- Kementerian Pertanian Malaysia [MOA] (2018). *Data import dan eksport ke negara timur tengah*
- Lubna, K. (2019). UAE shrinks job categories for expats to 726 from 3,000. *The Times of India*. Diperoleh pada 11 Disember 2018 dari <https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/uae-shrinks-job-categories-for-expats-from-3000-to-700/articleshow/67496085.cms>.
- Mad Nasir, S., Mahayidin, M.G. dan Mohd. Arshad, F. (1998). Export competitiveness of Malaysian cocoa. *Borneo Review* 9(1), 47 – 51.
- Marwan, K. (2018). How the blockade on Qatar failed. *Al Jazeera*. Diperoleh pada 2 November 2018 dari <https://www.aljazeera.com/indepth/opinion/blockade-qatar-failed-180602145011055.html>
- Mohammed. (2015). Pineapple slicer [image]. Diperoleh pada 13 November 2018 dari <http://www.alzubidi.com/home/details/pineapple-slicer>
- Mohammmad, S. (2017, Disember 06). Qatar records highest wealth per adult in Mena. *The Peninsula Qatar's Daily Newspaper*. Diperoleh pada 13 November 2018 dari <https://www.thepeninsulaqatar.com/article/06/12/2017/Qatar-records-highest-wealth-per-adult-in-Mena>
- Pacific Media Associates [PMA]. (2017). *Who supplies the middle east's increasing demand for fresh produce*. Diperoleh pada 5 Jun 2018

- dari <https://www.pma.com/content/articles/2017/06/who-supplies-the-middle-easts-increasing-demand-for-fresh-produce>.  
Pinterest. (n.d). How to cut a pineapple, so easy!. Diperoleh pada 15 November 2018 dari <https://www.pinterest.com/pin/16536723605946500/>
- Qatar 2022 Wolrd Cup stadiums: All you need to know. (2018). *Al Jazeera*. Diperoleh pada 10 Disember 2018 dari <https://www.aljazeera.com/news/2018/10/qatar-2022-world-cup-stadiums-181025142408471.html>
- Rupa, D. (2017). Malaysia-GCC trade deal on hold for now. *New Straits Times*. Diperoleh pada 17 Disember 2018 dari <https://www.nst.com.my/news/2017/03/216334/malaysia-gcc-trade-deal-hold-now>
- Ten Guide. (n.d.). Diperoleh pada 15 November 2018 dari [http://guide.theemiratesnetwork.com/basics/intro\\_gen.php](http://guide.theemiratesnetwork.com/basics/intro_gen.php)
- The Economist. (2009). *The GCC in 2020, outlook for the gulf and the global economy*. The Economist Unit Limited 2009. London : Author
- Trade Map (2018 & 2019). *Trade statistic for international business development*. Diperoleh pada 11 Disember 2018 dari <https://www.trademap.org>
- Trading Economics (2019). *Economic Indicator*. Diperoleh pada 26 Disember 2018 dari <https://tradingeconomics.com>
- World Bank (2018). *Google Public Data*. Diperoleh pada 13 November 2018 dari [https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9\\_&ctype=l&met\\_y=sp\\_pop\\_totl](https://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&ctype=l&met_y=sp_pop_totl)

## 11.8. LAMPIRAN

**Lampiran 11.1. Lokasi tinjauan pasaran di Dubai, Muscat dan Doha**

Negara	Pasar raya	Kategori	Lokasi
Dubai, UAE	Waitrose	Pasar raya premium	Dubai Mall, Dubai
	Spinneys	Pasar raya premium	Spinneys Market Souq Al Bahar
	Union Coop	Pasar raya pertengahan	Union Coop Al Barsha
	Lulu Hypermaket	Pasar raya pertengahan	Lulu Hypermarket, Al Barsha
	Deira Waterfront Market	Pasar basah	Al Khaleej Road
	The Sultan Centre	Pasar raya premium	The Sultan Centre Qurum
Muscat, Oman	Al Fair	Pasar raya pertengahan	Al Fair Muscat
	Mars Hypermarket	Pasar raya pertengahan	Mars Hypermarket, Barka
	Lulu Hypemarket	Pasar raya pertengahan	Lulu Hypermarket Bousher
	Carefour Hypermarket	Pasar raya pertengahan	Carrefour Qurum City Centre
	Al-Mawaleh fruits and vegetable market	Pasar basah	Al Mawaleh South, Muscat
	Geant, Al-Meera Hypermarket	Pasar raya pertengahan	Hyatt Plaza
Doha, Qatar	Lulu Hypermarket	Pasar raya pertengahan	Lulu Hypemarket, D-Ring Road
	Central vegetable and fruits market, Qatar	Pasar basah	Doha Centra Market

	<p><b>PINEAPPLE - A HEALTHY, SWEET, JUICY TREASURE BURSTING WITH FLAVOR AND AROMA.</b></p> <p>DOLE® Tropical Gold® pineapple is loaded with nutrients, sweetness and aroma! The exotic taste is best enjoyed <b>immediately</b> after purchase.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Twist off the crown</li> <li>2 Cut in half, then in quarters</li> <li>3 Trim off the ends, and core; remove fruit from shell</li> <li>4 Cut into bite-size pieces</li> </ol> <p>Dole Fresh Fruit Company, P.O. Box 5132 Westlake Village, CA 91365-5132 (USA), <a href="http://www.dole.com">www.dole.com</a> Product of Costa Rica</p> 
<p><i>Lampiran 11.2. Mesin pengupas dan pemotong nanas</i> Sumber: Mohammed (2015)</p>	<p><i>Lampiran 11.3. Label dan kaedah memotong buah yang diletakkan bersama buah nanas</i> Sumber: Pinterest (n.d.)</p>