

10. PENILAIAN POTENSI PASARAN PRODUK KELAPA MALAYSIA DI LUAR NEGARA

Mohd Hafizudin Zakaria¹, Mohd Zaffrie Mat Amin¹ dan Muhammad Faireal Ahmad¹

¹Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Risiko Pasaran dan Agribisnes

10.1. PENDAHULUAN

Perdagangan antarabangsa merupakan salah satu interaksi antara negara dalam bentuk jual beli barang dan perkhidmatan berdasarkan kesepakatan bersama. Kerjasama antarabangsa dalam bidang perdagangan bukanlah sesuatu yang baharu bahkan telah wujud sejak zaman pertengahan lagi. Dengan adanya perdagangan antarabangsa ini pastinya akan meningkatkan KDNK (Keluaran Dalam Negara Kasar) atau jumlah nilai pengeluaran barang dan perkhidmatan di sesebuah negara dalam tempoh masa tertentu. Kesan perdagangan antarabangsa dapat dirasakan daripada aspek kepentingan sosial, politik dan ekonomi untuk membantu mendorong kemajuan perindustrian, pengangkutan, globalisasi dan kehadiran syarikat multinasional ke sesebuah negara.

Malaysia sebagai sebuah negara membangun tidak ketinggalan terlibat dalam aktiviti perdagangan sebagai salah satu sumber perkembangan ekonomi. Di peringkat antarabangsa, Malaysia dikenali sebagai sebuah negara yang agak terbuka terhadap perdagangan antarabangsa. Perdagangan luar negeri menyumbang 123.1% daripada KDNK negara pada tahun 2019 (Bank Dunia 2020) menjadikan negara ini rentan terhadap permintaan luaran. Malaysia mengeksport litar elektronik bersepadu dan mikro (18.8% daripada jumlah eksport), minyak mentah dan produk petroleum (10.8%), semikonduktor (3.7%) dan minyak sawit (3.5%) (Comtrade 2020). Pihak Dana Kewangan Antarabangsa (IMF) meramalkan pemulihan lebih daripada 9.7% dalam jumlah eksport barang dan perkhidmatan negara pada tahun 2021, setelah kejatuhan 11.1% pada tahun 2020 disebabkan oleh pandemik COVID-19 pada tahun 2020.

Perdagangan global sektor pertanian Malaysia mencecah \$43.5 bilion pada tahun 2019, dengan eksport \$25 bilion dan import \$18.3 bilion. (Trade Data Monitor 2020). Minyak sawit mendominasi eksport dan pasaran utama sejak beberapa tahun kebelakangan ini. Negara India, Kesatuan Eropah, China, Pakistan dan Amerika Syarikat merupakan sasaran utama eksport produk pertanian dan industri asas tani negara. Thailand, Indonesia dan China merupakan pembekal utama produk pertanian ke Malaysia. Walaupun terdapat lebih perdagangan pertanian \$6.7 bilion, Malaysia masih lagi bergantung terhadap import produk pertanian terutamanya keperluan asas utama seperti

gandum, beras, makanan protein, produk tenusu, daging lembu dan buah-buahan sitrus dan limau.

Begitu juga keperluan negara terhadap penggunaan produk kelapa yang semakin meningkat setiap tahun. Secara puratanya dari tahun 2015 – 2019, Malaysia mengimport kelapa segar sebanyak 183 ribu tan metrik setahun. Sebagai tanaman industri tertua di Malaysia, industri ini menyumbang sebanyak RM70.1 juta atau 0.06% kepada hasil eksport pertanian Malaysia pada tahun 2018 (DOA 2019). Pada tahun 2017, nilai eksport produk hasilan kelapa bernilai RM995 juta meningkat sebanyak 12% berbanding nilai eksport pada RM873 juta pada tahun 2015 manakala nilai import produk hasilan kelapa juga meningkat dari RM948 juta (2015) kepada RM1.07 bilion pada tahun 2017 (DOA 2019). Trend peningkatan ini selaras dengan peningkatan import kelapa biji tua yang digunakan sebagai sumber utama dalam penghasilan produk-produk tersebut. Permintaan kelapa biji tua import meningkat disebabkan bekalan kelapa tempatan masih tidak dapat menampung permintaan industri.

10.2. LATAR BELAKANG

Penghasilan kepelbagaian produk berasaskan kelapa mampu merangsang permintaan kelapa yang tinggi melalui persaingan keperluan industri produk nilai tambah dan peningkatan keperluan isi rumah. Melalui proses tambah nilai produk berasaskan kelapa, produk ini telah mendapat permintaan yang tinggi di dalam negara malah mampu dipasarkan ke seluruh dunia. Nilai eksport kelapa segar bagi tempoh 2014 – 2019 turun sebanyak 4.46% manakala nilai import dalam tempoh yang sama juga melonjak 31.1% (FAO 2020). Peningkatan ini disebabkan bekalan kelapa tempatan yang tidak mencukupi disebabkan permintaan yang semakin meningkat di pasaran tempatan. Negara perlu mengimport kelapa segar dari Indonesia bagi tujuan memenuhi permintaan tempatan. Rentetan peningkatan import, kadar eksport produk berasaskan kelapa juga turut meningkat. Pada tahun 2015, eksport produk berasaskan kelapa bernilai RM746.22 juta telah meningkat kepada RM 766.87 juta pada tahun 2016 (Comtrade 2018).

Menurut laporan Badan Pembangunan Eksport Sri Lanka (Sri Lanka Export Development Board (EDB 2012), perdagangan produk berasaskan kelapa di peringkat global dikategorikan berdasarkan tiga jenis sumber utama, iaitu (1) isirung kelapa, (2) sabut kelapa, (3) tempurung kelapa. Kategori ini berdasarkan *Jadual 10.1*, aktiviti perdagangan dunia yang melibatkan kelapa berdasarkan kod indeks *Harmonized System (HS)* antarabangsa. Di Malaysia, antara produk hasilan kelapa utama yang diperdagangkan ialah karbon teraktif, santan serbuk, minyak kelapa, kopra, isi kopra (kelapa patek) dan fiber.

Jadual 10.1: Jenis Produk Berasaskan Kelapa Berdasarkan Sumber Utama

Klasifikasi produk	Kod HS	Jenis Produk	
Isirung Kelapa	080111	Kelapa Parut Kering/ <i>Desiccated</i>	
	200819	Santan Tepung	
	200819	Santan Cecair/UHT	
	200819	Santan Krim	
	080111	Kopra	
	151311	Minyak Kelapa Mentah (<i>Crude Coconut Oil</i>)	
	080119	Kelapa Segar	
	Produk Fiber	530500	Fiber Kelapa (Bulu/ sabut, Tilam dan Campuran)
		140490	Serpihan fiber
530511		<i>Cocopeat</i>	
500790		Belitan Serat	
530810		Serat Benang	
560310		Penyapu dan Berus	
530519		Bentukan seratan produk	
531100		Geotekstil	
570220		Tikar dan Karpét	
Produk Tempurung	380210	Karbon Teraktif	
	440290	Arang Tempurung	
	140490	Kepingan dan Serbuk Tempurung	

Sumber: EDM, 2012

10.2.1. OBJEKTIF KAJIAN

- i. Mengenal pasti potensi pasaran produk hasil kelapa di peringkat global.
- ii. Mengenal pasti persaingan pasaran global/ASEAN industri kelapa
- iii. Mengenal pasti halangan dan peluang dalam industri kelapa di dunia

10.3. METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini mengguna pakai sejumlah data primer dan sekunder. Data sekunder diperoleh menerusi laporan perangkaan DOSM, DOA, MAFI dan juga pangkalan data statistik antarabangsa dan tempatan seperti Comtrade, FAO, METS Online dan SDVI FAMA. Data-data sekunder ini digunakan untuk mendapatkan maklumat perdagangan, pengeluaran dan produktiviti semasa produk-produk kelapa. Maklumat inilah yang akan digunakan untuk memenuhi kehendak objektif pertama dan kedua kajian ini.

Pengumpulan data primer pula melalui kaedah survei yang telah dijalankan di seluruh negara iaitu Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak

bagi mengumpul maklumat saluran pasaran, isu dan cabaran yang dihadapi pengusaha kelapa. Kaedah pensampelan yang digunakan untuk mendapatkan responden kajian ialah pensampelan tertuju dengan menggunakan senarai permohonan permit kelulusan import kelapa. Dengan menggunakan kaedah pensampelan ini, sebanyak 34 orang pengusaha, pengimport kelapa dan pengeksport produk kelapa telah berjaya ditemu bual.

Analisis data sekunder digunakan bagi mengenal pasti potensi bagi industri produk hasilan kelapa dengan menggunakan kaedah graf trend, pertumbuhan purata tahunan dan pengiraan saiz pasaran bermula dari tahun 2015 hingga tahun semasa mengikut data yang direkodkan dan dilaporkan. Kaedah statistik keperihalanan atau deskriptif digunakan untuk analisis demografi responden dan kluster maklumat secara kolektif. Kaedah analisis ini digunakan secara meluas untuk mendapatkan rumusan awal sebelum dapatan kajian dikenal pasti. Data kualitatif yang berbentuk soalan terbuka (*open-ended question*) dianalisis secara manual dengan mengumpulkan maklumat dalam lembaran hamparan yang mempunyai maksud yang sama. Bagi data kuantitatif, analisis terperinci akan dibuat bergantung pada ujian normaliti bagi setiap data. Beberapa kajian kes telah digunakan untuk menyokong dapatan kajian.

Konsep kelebihan bandingan (*comparative advantage*) dan daya saing (*competitiveness*) digunakan dalam kajian ini untuk membuat perbandingan antara negara-negara ASEAN pengeluar kelapa. Kaedah telah digunakan secara meluas dalam banyak kajian ekonomi untuk menilai corak perdagangan dan pengkhususan negara dalam komoditi yang mereka mempunyai daya saing (Erkan dan Saricoban 2014). Aktiviti eksport merupakan salah satu kaedah dalam menilai daya saing sesuatu negara. Teorinya, peningkatan dalam prestasi eksport menunjukkan peningkatan dalam daya saing sesebuah negara. Namun, pengukuran daya saing ini tidak boleh dinilai dengan mudah, ia perlu dilihat daripada aspek mikro dan makro ekonomi, regulasi dan institusi yang mempengaruhi produktiviti sesebuah negara. Analisis *Comparative Export Performance (CEP)* digunakan untuk mengukur tahap daya saing sesuatu negara. Nilai CEP indeks yang melebihi 1 menunjukkan daya saing yang tinggi di sesuatu pasaran manakala indeks di bawah 1 menunjukkan impak sebaliknya.

Selain kaedah penilaian kuantitatif yang diterangkan di atas, beberapa kaedah kualitatif turut diguna pakai dalam kajian ini antaranya analisis SWOT dan analisis PESTLE. Analisis SWOT merupakan salah satu kaedah analisis dalam mengenal pasti realiti perniagaan dan industri sesuatu bidang. Ia merupakan kombinasi perkataan *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats* (SWOT), iaitu teknik yang digunakan untuk menganalisis faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada sesebuah perniagaan, produk atau perkhidmatan

yang diusahakan. Melalui Analisis SWOT, pengusaha atau sesebuah organisasi perniagaan atau pembuat keputusan dapat mengenal pasti potensi dan cabaran sebenar dalam sektor industri yang diceburi, merangkumi faktor pengurusan, pasaran, persaingan dan apa jua yang boleh memberi kesan baik atau buruk terhadap industri. *Strengths* dan *Weaknesses* merupakan faktor dalaman (*internal factor*) yang boleh dikawal. Ia boleh dikembangkan dan ditambahbaik mengikut kepentingan. Manakala *Opportunities* dan *Threats* pula merupakan faktor di luar kawalan perniagaan (*external factor*). Ia memerlukan persediaan tertentu agar mampu bertindak memanfaatkan peluang atau menangani ancaman sekiranya berlaku. Analisis SWOT memainkan peranan penting untuk mengenal pasti tanda aras dalam menambahbaik strategi pengurusan, pemasaran, produk dan perkhidmatan di samping persediaan terhadap sebarang aspek cabaran dan kemungkinan.

Analisis PESTLE merupakan kaedah yang digunakan untuk menilai kedudukan perniagaan atau aktiviti industri yang berkaitan dengan faktor luaran. Faktor ini mungkin mempunyai implikasi terhadap kebolehlaksanaan dagangannya dalam jangka panjang dan jangka pendek. Analisis PESTLE boleh menjadi sebahagian daripada strategi pengurusan risiko. Apabila analisis PESTLE diimplementasikan, laporan ringkas akan menyatakan sebarang kemungkinan implikasi terhadap potensi perdagangan masa depan serta menonjolkan kedua-dua peluang dan ancaman. Antara elemen analisis PESTLE yang diambil kira dan mewakili akronim PESTLE itu sendiri ialah:

- i. P – Politik (*Political*)
- ii. E – Alam Sekitar (*Environmental*)
- iii. S – Sosial (*Social*)
- iv. T – Teknologi (*Technological*)
- v. L – Undang-undang (*Legal*)
- vi. E – Ekonomi (*Economical*)

10.4. DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

10.4.1. Potensi pasaran produk hasilan kelapa di peringkat global

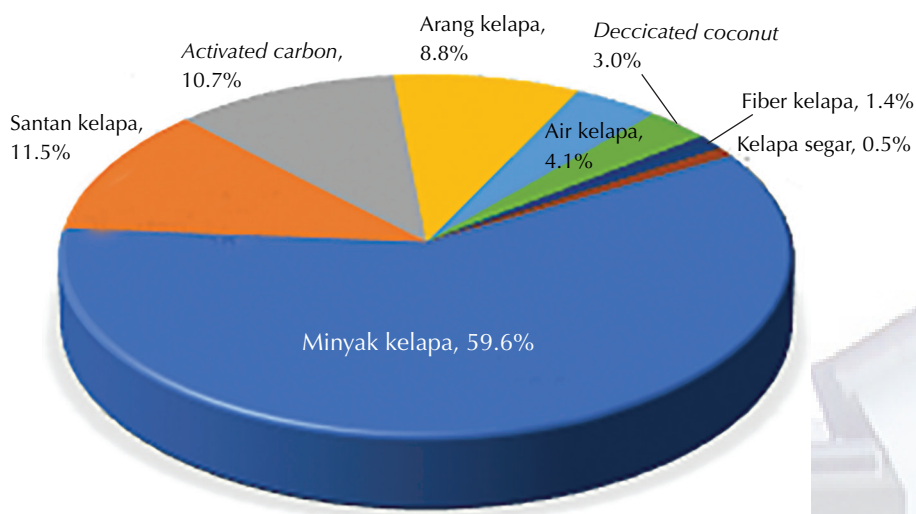
Pada tahun 2020, Malaysia mengeksport tujuh jenis produk utama berasaskan kelapa iaitu minyak kelapa, santan, karbon teraktif, arang kelapa, air kelapa, kelapa kering (*deccicated coconut*), fiber kelapa dan kelapa segar. Keseluruhan nilai eksport produk ini berjumlah RM1.36 bilion dengan 60% daripadanya ialah produk minyak kelapa diikuti santan (11.5%) dan karbon teraktif (10.7%) (Comtrade 2021). *Jadual 10.2* menunjukkan nilai eksport secara terperinci bagi tujuh jenis produk berasaskan kelapa manakala *Rajah 10.1* menunjukkan peratusan penguasaan eksport berdasarkan jenis produk kelapa.

Jadual 10.2: Nilai eksport secara terperinci produk berasaskan kelapa

Produk Berasaskan Kelapa	Nilai
Minyak Kelapa	808,527,114.50
Santan	155,982,097.50
Karbon Teraktif	145,150,998.00
Arang Kelapa	119,787,797.00
Air Kelapa	55,879,739.50
Kelapa Kering (<i>Dessicated Coconut</i>)	41,369,653.00
Fiber Kelapa	18,442,411.75
Kelapa Segar	11,704,427.75
Jumlah	1,356,844,239.00

Sumber: Comtrade, 2020

Konsep pasaran sasaran mestilah dikontakkan dalam bidang pemasaran dan juga dalam bidang keusahawanan. Pasaran sasaran difahami sebagai profil pembeli berpotensi. Begitu juga keadaannya dalam menentukan sasaran dagangan sesuatu produk, beberapa buah negara menjadi tumpuan sasaran produk sebagaimana produk berasaskan kelapa. Sebanyak enam produk kelapa difokuskan dalam analisis ini iaitu minyak kelapa, santan, kelapa parut kering (*dessicated coconut*), air kelapa terproses, karbon teraktif dan arang kelapa. Terdapat enam buah negara yang menjadi rakan dagang yang kuat bagi produk kelapa ini iaitu Singapura, Amerika Syarikat, Indonesia, Jepun dan China. Pada tahun 2020, Malaysia lebih banyak mengeksport minyak kelapa ke Amerika



Sumber: Comtrade, 2020

Rajah 10.1: Peratusan penguasaan eksport berdasarkan jenis produk kelapa

Syarikat manakala Singapura menjadi sasaran pasaran utama bagi produk santan dan kelapa kering. Negara China pula menjadi negara utama bagi Malaysia memasarkan produk air kelapa terproses. Air kelapa yang dieksport ini sebenar air kelapa tua terawat yang diproses dengan kaedah pembungkusan secara tin atau kotak tetra-pek. Negara Jepun pula menjadi negara utama yang mengimport karbon teraktif dan arang kelapa dari Malaysia. *Jadual 10.3* menunjukkan senarai rakan dagangan Malaysia bagi produk kelapa mengikut kedudukan lima teratas eksport bagi tahun 2020.

Salah satu teknik untuk menjangkakan potensi pasaran akan datang ialah dengan membuat peramalan data dengan menggunakan fungsi algoritma *exponential smothing* (ETS). Peramalan dibuat menggunakan data-data lampau dalam tempoh masa tertentu mengikut trend data siri masa. Secara keseluruhan jumlah eksport enam jenis produk terpilih berasaskan kelapa dilihat naik secara linear sehingga tahun 2030. *Rajah 10.2* menunjukkan graf unjuran jumlah eksport bagi enam jenis produk berasaskan kelapa Malaysia.

Eksport produk minyak kelapa pula dijangka mengalami trend kemerosotan pada kadar yang kecil disebabkan persaingan dengan eksport minyak kelapa sawit. Berdasarkan corak data semasa unjuran mengalami pusingan tiga tahun sekali peningkatan dan penurunan eksport minyak kelapa secara drastik. *Rajah 10.3* menunjukkan unjuran eksport minyak kelapa Malaysia.

Kadar eksport produk santan seperti kelapa parut kering, air kelapa terproses, karbon tempurung teraktif dan arang tempurung dijangka mengalami peningkatan yang ketara menjelang tahun 2030. *Rajah 10.4* menunjukkan graf peningkatan bagi beberapa jenis produk yang dibuat peramalan.

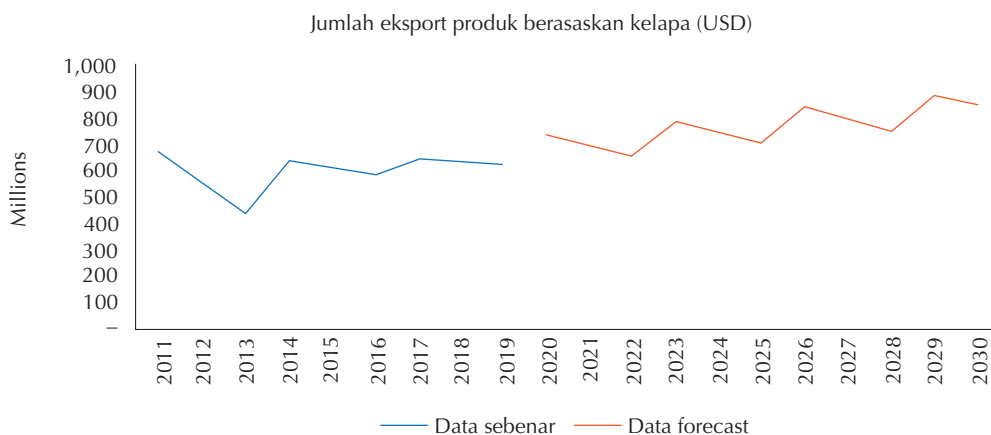
10.4.2. Persaingan pasaran produk berasaskan kelapa di negara terpilih

Penilaian indeks daya saing Malaysia dan negara pesaing dianalisis menggunakan *Comparative Export Performance* (CEP). CEP index adalah versi yang telah diubah suai daripada formula Balassa iaitu *Revealed Comparative Advantage* (RCA) (Chubashini et al. 2011). Index ini digunakan untuk menilai kedudukan daya saing antara negara di pasaran terpilih. Nilai index yang positif ($\geq +1$) menunjukkan bahawa negara tersebut mempunyai nilai daya saing yang tinggi manakala nilai yang negatif (≤ -1) menunjukkan daya saing yang rendah. Nilai positif yang lebih tinggi menunjukkan daya saing yang lebih tinggi manakala nilai negatif yang lebih rendah menunjukkan daya saing yang lebih rendah (Suhana 2017). Data perdagangan eksport bagi enam jenis produk kelapa dinilai daripada sumber pangkalan data Comtrade bagi tahun 2015 – 2019 mengikut *Harmonized System* kod enam digit seperti ditunjukkan dalam *Jadual 10.1*.

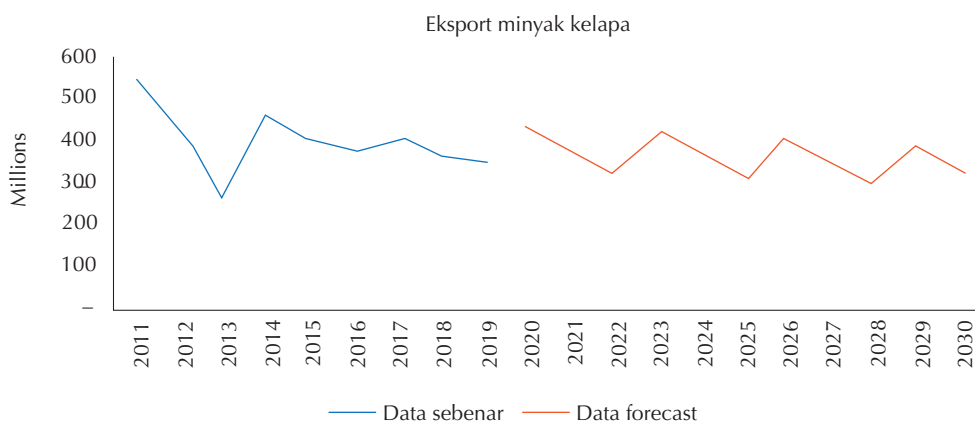
Jadual 10.3: Sasaran Pasaran Produk Kelapa Malaysia pada tahun 2020

Produk	Negara Sasaran Mengikut Kedudukan lima teratas					Jumlah Eksport (USD' Juta)
	1	2	3	4	5	
Minyak kelapa	Amerika Syarikat	Itali	Belanda	China	Turki	190
Santan	Singapura	China	Hong Kong	UAE	Indonesia	36
Kelapa parut kering (<i>Dessicated Coconut</i>)	Singapura	Pakistan	Turki	United Kingdom	Bangladesh	9.7
Air kelapa terproses	China	Amerika Syarikat	Singapura	Australia	Hong Kong	13.1
Karbon teraktif	Jepun	China	Negara Asia Lain	Itali	Amerika Syarikat	34
Arang kelapa	Jepun	China	Turki	Korea Selatan	Arab Saudi	28.2

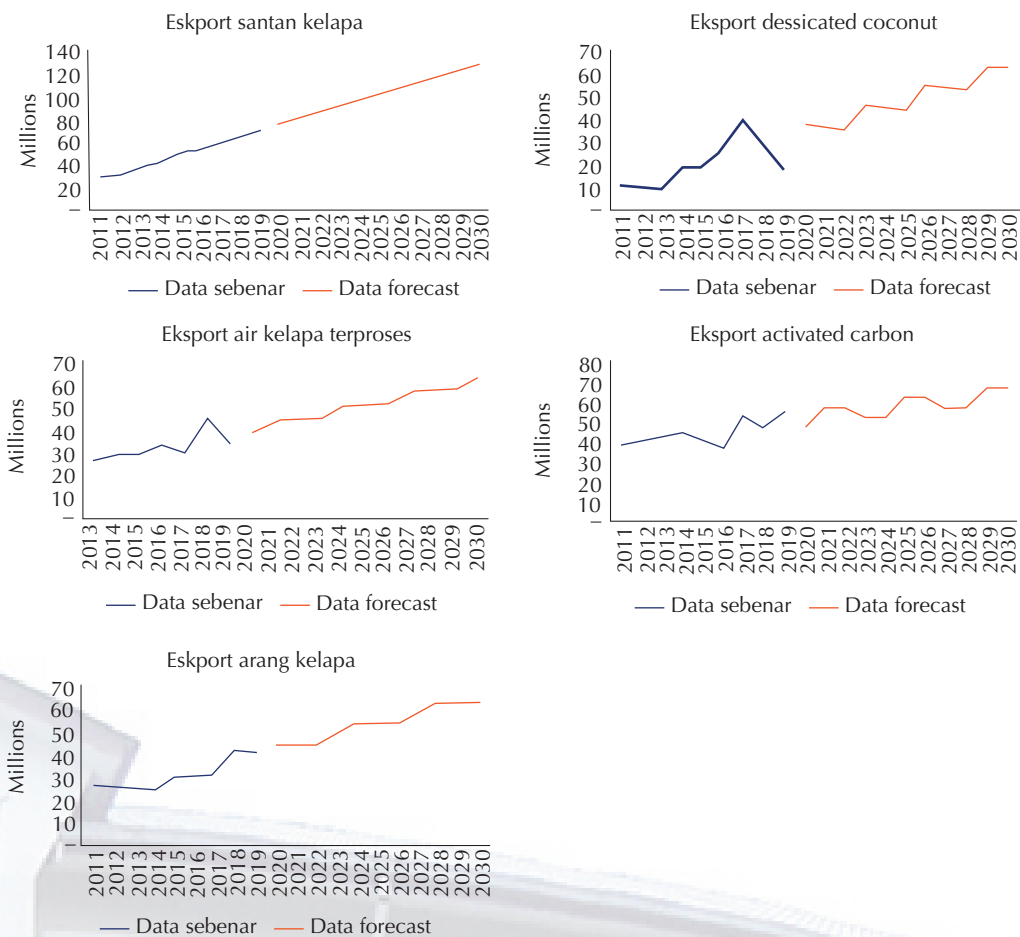
Sumber: Comtrade, 2020



Rajah 10.2: Unjuran eksport produk terpilih berasaskan kelapa



Rajah 10.3: Unjuran eksport minyak kelapa



Rajah 10.4: Unjuran eksport bagi santan, kelapa parut kering, air kelapa terproses, karbon tempurung teraktif dan arang tempurung

Berdasarkan Bobirca dan Miclaus (2011), formula CEP adalah seperti berikut :

$$\text{CEP: In } \frac{\left(\frac{X_{iB}}{X_B}\right)}{\left(\frac{X_{iA}}{X_A}\right)}$$

yang mana:

X_{iB} : Eksport negara B bagi pengeluaran i ke negara A

X_B : Eksport negara B bagi keseluruhan pengeluaran pertanian ke negara A

X_{iA} : Eksport negara A bagi pengeluaran i

X_A : Eksport negara A bagi keseluruhan pengeluaran pertanian

Penilaian CEP dibuat untuk melihat persaingan negara Malaysia bersama-sama empat buah negara lain di tiga sasaran pasaran utama produk berasaskan kelapa iaitu di negara Singapura, China dan Jepun. Nilai yang positif menjadi indikator tahap daya saing yang baik di negara sasaran pasaran. Secara keseluruhannya pada tahun 2019, hanya Malaysia dan Indonesia yang menunjukkan nilai CEP indeks yang positif bagi pasaran minyak kelapa di Singapura. Malaysia masih mengekalkan rekod nilai CEP yang positif sejak tahun 2015 paling tinggi berbanding empat buah negara yang lain pada tahun 2019. Begitu juga bagi produk santan antara yang tertinggi iaitu nilai indeks 2.3 berbanding dengan negara lain di pasaran Singapura. Nilai indeks CEP Malaysia bagi produk serbuk kelapa kering agak mencabar dengan nilai indeks terkini iaitu -0.92. Semua negara menunjukkan nilai negatif dengan kemungkinan pasaran serbuk kelapa kering di Singapura dikuasai oleh negara selain lima buah negara yang tersebut di atas.

Jadual 10.4: Nilai CEP Malaysia dan negara pesaing bagi eksport produk kelapa di pasaran negara terpilih di Singapura

Produk	Indonesia	Malaysia	Filipina	Thailand	Vietnam
Minyak Kelapa					
2015	2.4	2.8	0.4	-2.7	-1.6
2016	2.6	3.0	3.0	-2.7	0.4
2017	1.6	2.1	1.2	-3.0	-1.1
2018	2.1	2.3	2.4	-3.3	-1.1
2019	1.6	1.8	-4.4	-2.7	-4.9
Santan					
2015	-6.6	-1.1	-6.0	-3.4	-3.1
2016	-7.1	-1.7	-4.2	-3.9	-2.2
2017	-7.7	-1.3	-3.5	-4.3	-3.7
2018	-6.6	-0.5	-3.0	-4.0	-1.6
2019	-3.0	2.3	-1.0	-0.8	1.5
Kelapa Parut Kering (Dessicated Coconut)					
2015	-0.13	-0.49	0.83	-5.57	-1.02
2016	0.32	-0.20	-1.85	-5.88	-1.26
2017	1.24	0.23	-3.84	-9.69	-0.70
2018	0.39	-0.52	-1.92	-6.20	-1.35
2019	-0.04	-0.92	-0.85	-5.74	-1.87

Jadual 10.5: Nilai CEP Malaysia dan negara pesaing bagi eksport produk kelapa di pasaran negara terpilih di China

Produk	Indonesia	Malaysia	Filipina	Thailand	Vietnam
Air Kelapa Tua Terproses					
2015	-7.52	-0.95	NA	-1.04	-3.01
2016	-5.62	-1.57	NA	-0.30	-1.72
2017	-6.97	-0.39	-4.17	-0.50	-0.40
2018	-5.17	0.65	-4.76	-0.46	-0.62
2019	-12.94	-0.05	-0.85	-0.44	0.63

Jadual 10.6: Nilai CEP Malaysia dan negara pesaing bagi eksport produk kelapa di pasaran negara terpilih di Jepun

Negara	Indonesia	Malaysia	Filipina	Thailand	Vietnam
Karbon Teraktif					
2015	-2.39	-1.59	-1.74	-2.51	-1.76
2016	-2.13	-1.57	-1.39	-2.36	-1.81
2017	-1.70	-1.11	-1.33	-1.42	-1.80
2018	-1.76	-0.87	-1.39	-1.84	-1.62
2019	NA	NA	NA	NA	NA
Arang Kelapa					
2015	2.98	2.69	NA	2.14	2.29
2016	2.91	2.85	NA	2.60	2.72
2017	0.99	0.97	-0.16	0.48	0.89
2018	1.04	1.02	0.29	0.57	1.00
2019	1.96	1.84	1.45	1.43	1.86

China merupakan sasaran pasaran utama bagi Malaysia memasarkan produk air kelapa tua terproses. Walaupun sebahagian besar pengeluaran air kelapa dipasarkan ke China, ia masih tidak mampu menandingi penguasaan negara Vietnam di negara China dengan nilai indeks CEP sebanyak 0.63 berbanding empat lagi negara pada magnitud CEP yang negatif. Bagi produk kelapa berasaskan bukan makanan seperti arang tempurung kelapa dan karbon teraktif, negara Jepun dilihat sebagai sasaran utama bagi Malaysia memasarkan produk. Kesemua lima buah negara yang memasarkan produk karbon teraktif di Jepun menunjukkan nilai indeks yang negatif menandakan kurangnya daya saing di negara Jepun. Walaupun magnitud indeks negatif, namun nilai tersebut semakin besar bermula dari tahun 2015 sebanyak -1.59 dan akhirnya pada tahun 2019 dengan nilai indeks -0.87. Daripada nilai ini dapat disimpulkan pemulihan daya saing bagi Malaysia telah bermula dan dijangka mencecah nilai positif pada tahun 2022 atau 2023. Nilai CEP karbon teraktif Malaysia di negara Jepun menunjukkan nilai yang tertinggi berbanding lima negara utama yang lain. Produk bukan makanan kedua berasaskan kelapa yang turut dipasarkan di Jepun ialah arang tempurung kelapa. Kesemua lima buah negara mempunyai daya saing yang tinggi nilai indeks CEP bermagnitud positif. Nilai indeks CEP Malaysia di Jepun ialah 1.84 iaitu dalam kedudukan ketiga dan Indonesia mengungguli tempat pertama (1.96) diikuti Vietnam 1.86.

10.4.3. Halangan dan peluang dalam industri kelapa dunia

Terdapat beberapa halangan dan peluang yang wujud di sepanjang rantaian industri kelapa dunia. Dalam kajian ini, halangan dan peluang disintesis menggunakan analisis SWOT dan PASTLE. *Rajah 10.5* menunjukkan analisis SWOT yang memberi gambaran ringkas halangan dan peluang industri kelapa dunia pada masa sama turut disusuli dengan kekuatan dan kelemahan industri kelapa semasa.

Pertambahan bilangan negara yang menjadi pengeluar kelapa sudah pasti mendorong persaingan sengit dalam memasarkan produk kelapa segar dan produk asas kelapa. Namun begitu bagi sesebuah negara yang mempunyai kadar penggunaan kelapa yang tinggi seperti Malaysia meskipun tergolong dalam 10 buah negara utama pengeluar kelapa. Pengeluaran kelapa dalam negara masih tidak mampu memenuhi permintaan lantas keperluan kelapa import dari negara luar sangat diharapkan. Oleh yang demikian, akan berlakunya persaingan sengit dengan negara-negara lain bagi mendapatkan kelapa segar sebagai bahan mentah. Selain itu, cabaran industri kelapa ialah persaingan dengan produk gantian sebagai contoh pada era 1960-an sehingga akhir 1980-an penggunaan minyak kelapa begitu meluas dalam kalangan pengguna namun pada akhir 1990-an secara beransur-ansur pengguna mula beralih daripada penggunaan minyak kelapa kepada minyak kelapa sawit dalam masakan harian.

Peluang industri kelapa di peringkat global sangat cerah dengan peningkatan permintaan produk-produk berasaskan kelapa tambahan pula dengan adanya penemuan-penemuan baru kebaikan dan kesedaran pengguna terhadap penggunaan produk berasaskan kelapa. Kadar penerimaan produk berasaskan kelapa di beberapa buah negara sangat meluas dan sangat minimum daripada segi halangan pasaran.

Strengths

- ✓ Saluran pemasaran yang kukuh
- ✓ Kaedah pemprosesan yang mudah
- ✓ Tarikh luput produk yang panjang

Threats

- ✓ Persaingan pasaran yang sangat sengit
- ✓ Persaingan mendapatkan raw material (kelapa)
- ✓ Persaingan dengan produk gantian (substitute)
- ✓ Raw material yang tidak boleh diimport (sabut)



Weaknesses

- ✓ Kekurangan buruh tempatan yang berminat
- ✓ Kekurangan bahan mentah (kelapa, fiber)
- ✓ Kuota AP kelapa tidak cukup dan bekalan kelapa tempatan terputus

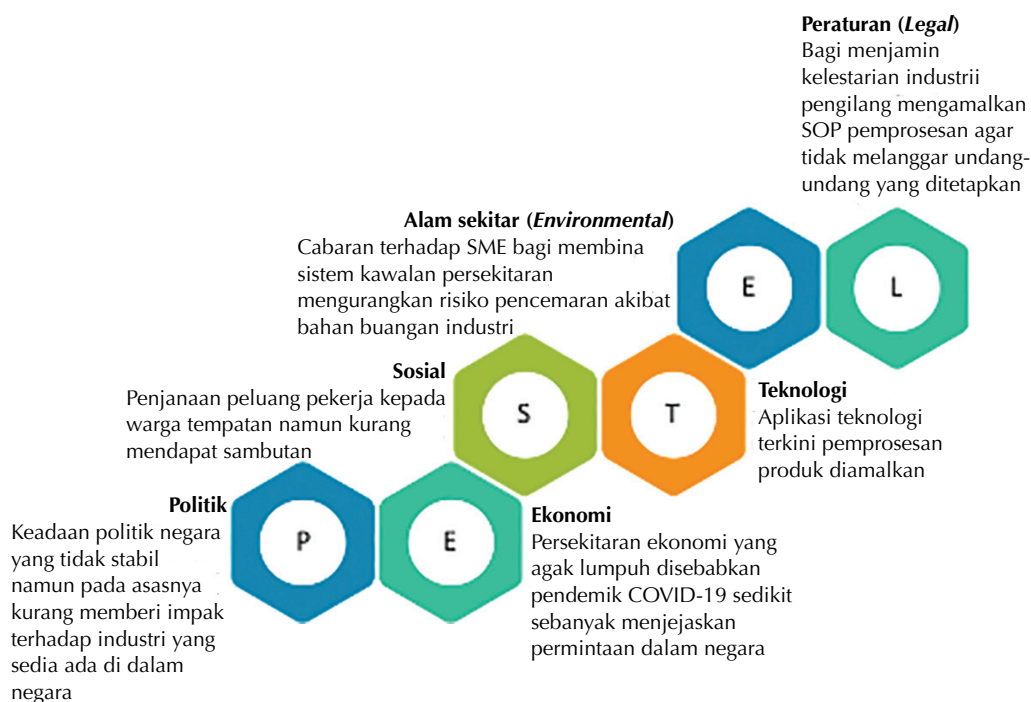
Opportunities

- ✓ Permintaan yang sangat tinggi
- ✓ Kesedaran pengguna terhadap khasiat produk berasaskan kelapa
- ✓ Akreditasi Halal dan GMP yang diterima global
- ✓ Kepercayaan pengguna terhadap produk berasaskan kelapa
- ✓ Halangan dagangan yang sangat minima di negara sasaran pasaran

Sumber: Survei Lapangan

Rajah 10.5: Analisis SWOT halangan dan peluang industri kelapa dunia

Selain daripada halangan dan peluang yang diketengahkan, faktor luaran turut menjadi salah satu faktor yang membantu kelestarian industri kelapa sebagaimana yang ditunjukkan secara ringkasan inforgrafik dalam *Rajah 10.6*.



Rajah 10.6: Halangan luaran kelestarian industri kelapa di Malaysia dan global

10.5. SARANAN

Berdasarkan keputusan kajian yang dibincangkan, beberapa cadangan disarankan untuk dijadikan garis panduan serta tindakan pihak-pihak yang terlibat terutamanya pemain industri termasuk usahawan, penggubal polisi, penyelidik, agensi kerajaan dan swasta. Antara cadangan adalah seperti berikut:

- 1) Melihatkan kedudukan Malaysia meningkat dari tangga ke-12 ke tangga ke-10 daripada senarai negara-negara pengeluar kelapa dunia, jelas menunjukkan kesungguhan agensi pelaksana sama ada di peringkat hulu dan hiliran dalam memastikan industri kelapa negara terus berkembang.
- 2) Pihak penyelidik dan agensi pengembangan perlulah lebih agresif bekerjasama memperkenalkan teknologi pemprosesan yang dilihat dapat memberi manfaat kepada usahawan dalam menghasilkan produk kelapa dengan lebih efektif dari segi masa dan kos dan pada masa yang sama mementingkan kemesraan ekologi dan alam sekitar.

- 3) Pihak usahawan hendaklah mempelbagaikan cuba mencari pasaran baharu dalam masa yang sama mengekalkan hubungan baik dengan negara pasaran kelapa sedia ada.
- 4) Pengusaha minyak kelapa dan kopra mungkin sudah tiba masanya mencari alternatif untuk mempelbagaikan produk selain minyak kelapa yang diunjurkan semakin merosot menjelang 2030.

10.6. RUMUSAN

Industri kelapa merupakan industri yang telah lama bertapak di Malaysia dan menjadi sumber kegunaan harian utama masyarakat tempatan mahupun peringkat global. Sebagai sebuah negara pengeluar kelapa dan juga pengeluar produk asas kelapa, Malaysia memainkan peranan yang aktif dalam memasarkan produk asas kelapa keluar negara. Aktiviti ini pastinya akan memberi kelebihan ekonomi negara dengan aliran wang masuk hasil pengeksportan barangan ke luar negara. Peranan aktif yang dimainkan oleh agensi kerajaan sangat baik sama ada di peringkat industri hulu mahupun hiliran dalam meningkatkan lagi potensi industri kelapa. Harga kelapa kini mula melonjak naik (2016 – 2019) dan permintaannya tidak pernah merosot sama ada daripada pengguna isi rumah mahupun pemain industri. Bahkan bagi menampung ketidakcukupan kelapa ini, kelapa terpaksa diimport dari negara jiran Indonesia. Produk hasilan kelapa seperti santan, air kelapa, minyak kelapa dara, arang tempurung, karbon teraktif dan cocopeat turut sama terkena tempas permintaan tinggi daripada pemain industri tempatan dan antarabangsa. Peningkatan eksport produk kelapa dari tahun ke tahun menunjukkan potensi industri ini yang semakin meningkat. Inovasi kepelbagaian produk kelapa yang dihasilkan menunjukkan potensi segmentasi pasaran yang terbuka luas pada masa depan. Kerjasama daripada semua pihak diperlukan bagi merencanakan lagi industri kelapa ini sebagai sumber penjana ekonomi kepada negara selaras dengan inisiatif kerajaan industri kelapa di bawah sumber kekayaan baru (SKB). Justeru, dapatan kajian ini boleh digunakan sebagai asas maklumat bagi merangka strategi dalam membangunkan industri kelapa di Malaysia seterusnya memantapkan lagi pelaksanaan program-program industri kelapa negara.

10.7. RUJUKAN

- Bank Dunia Data. (2020). Diakses pada 20 Mac 2021 dari <https://data.worldbank.org/>
- Bobirca, A. & Miclaus, P.G.,(2011). A Multilevel Comparative Assessment Approach to International Services Trade Competitiveness: The Case of Romania and Bulgaria. *International Journal of Humanities and Social Sciences*. 1(13), 1 – 6
- Chubashini, S., Tengku Mohd Ariff, T.A., Abu Kasim, Ali., Rawaida, R. dan Noorlidawati, A.H. (2011). Competitiveness of Malaysia’s fruits in the global agricultural and selected export market: Analyses of Revealed Comparative Advantage (RCA) and Comparative Export Performance (CEP). *Economic and Technology Management Review*, 6(2011), 1 – 17
- Comtrade. (2020). Diakses pada 3 Jan 2021 dari <http://www.comtrade.org>
- Erkan, B. dan Saricoban, K. (2014). Comparative Analysis of the Competitiveness in the Export of Science-Based Goods Regarding Turkey and the EU+13 Countries. Vol 5. No. 8 (1)
- Export Development Board (EDB). (2012). Industry Capability Report: Coconut & Coconut Based Products, Sri Langka
- FAOSTAT. (2020). Diakses pada 3 Mac 2021 dari <http://www.fao.org/faostat/>
- Jabatan Pertanian Malaysia (DOA). (2019). Booklet Statistik Tanaman 2019, Malaysia
- Suhana, S. (2017). Kajian daya saing pasaran eksport dan sosioekonomi buah-buahan premium di Singapura. Laporan Kajian Sosio Ekonomi 2017
- Trade Data Monitor. (2020). Diakses pada 3 Feb 2021 dari <https://tradedatamonitor.com/>