



Dato' Ahmad Ishak
Ketua Pengarah
Lembaga Pemasaran Pertanian
Persekutuan (FAMA)

FAMA

Merencanakan Ekonomi Desa



SEKTOR pertanian sebagai sumber utama bekalan makanan melibatkan aktiviti yang menyeluruh – dari ladang hinggalah dapur pengguna. Bayangkan apakah yang akan terjadi di negara jika makanan tidak mencukupi? Apatah lagi apabila pertambahan penduduk negara ini diunjurkan meningkat 50 juta orang menjelang tahun 2050. Angka ini tentu membimbangkan jika bekalan makanan adalah kritikal, selain Malaysia masih bergantung pada sumber makanan dari luar yang kini menjangkau lebih 70 peratus untuk keperluan rakyat negara ini. Hal ini lebih merisaukan kita apabila golongan muda dilihat lebih rela bekerja di kilang atau pusat beli-belah kerana menganggap aktiviti di ladang terlalu lasak dan memenatkan badan.

Bibit-bibit kerisauan ini semakin nyata apabila negara pengeksporth sumber makanan mula mengambil langkah mengehadkan pengeksporthan bekalan dengan alasan untuk menjaga keperluan rakyat mereka terlebih dahulu. Walau apa-apa pun alasan yang diberikan oleh negara pengeksporth, suka atau sebaliknya, Malaysia tidak boleh lagi terlalu bergantung pada sumber makanan dari luar memandangkan negara kita mempunyai sumber yang cukup luas untuk diteroka.

Pada hakikatnya, bumi dan tanah-tanah di Malaysia subur untuk bercucuk tanam. Begitu juga dengan hasil laut dan sungai masih banyak, hanya pihak kerajaan perlu memikirkan kaedah yang lebih holistik untuk menjadikan pekerjaan ini lebih kondusif. Pada masa yang sama, masyarakat terutamanya golongan muda perlu disedarkan akan kepentingan bidang pertanian dan menjadikannya sebagai perniagaan.



“Sejak ditubuhkan pada 30 September 1965, FAMA menjalankan tanggungjawab bagi menyelia, menyelaras, dan memajukan pemasaran hasil keluaran pertanian negara seperti sayur-sayuran, buah-buahan, bijirin, herba, ternakan dan akuakultur.”

Tidak dinafikan, kemajuan arus pembangunan negara yang lebih menjurus pada sektor perindustrian telah menenggelamkan bidang pertanian sedikit demi sedikit. Ekoran ekonomi dunia yang tidak menentu dan masih membelenggu kita hingga kini, kesedaran mula timbul bahawa pembangunan industri tidak boleh dijadikan jaminan sepenuhnya bagi menjaga kebajikan masyarakat. Sebaliknya sektor pertanian tetap menjadi keperluan utama bagi kelangsungan hidup manusia.

Mutakhir ini pekerjaan sebagai petani dilihat tidak begitu popular dan masih dijalankan secara konvensional. Pendek kata, petani dan nelayan sering dianggap sebagai golongan “kelas ketiga”. Hal ini berbeza daripada petani di negara maju, terutamanya yang terlibat dalam penghasilan makanan ruiji. Mereka mendapat perhatian istimewa kerajaan kerana seluruh rakyat menghargai sumbangan besar petani terhadap kepentingan strategik negara. Di Jepun umpamanya, petani yang menghasilkan padi dibayar imbuhan yang lumayan dalam bentuk subsidi pertanian hingga empat kali ganda.

Di Amerika Syarikat, terdapat undang-undang negara itu yang melarang penggunaan racun tertentu dan mengehadkan tempoh penggunaan tanah pertanian supaya dapat direhatkan untuk tempoh tertentu bagi proses baik pulih kesuburan secara semula jadi. Petani akan mendapat bayaran pampasan daripada kerajaan semasa tanah mereka terlibat dalam program pemulihan kesuburan. Demikianlah sikap negara maju menyantuni

golongan petani. Tiada makna jika sesebuah negara itu mencapai status negara maju, sedangkan keperluan makanan untuk rakyatnya sendiri tidak mencukupi.

Sehubungan dengan itu, bagi memperkatakan salah satu aspek yang berkaitan dengan bidang pertanian di negara ini, *Dewan Ekonomi* mengundang Dato’ Ahmad Ishak, Ketua Pengarah Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) untuk mengisi ruang Korporat pada bulan ini.

“Sejak ditubuhkan pada 30 September 1965, FAMA menjalankan tanggungjawab bagi menyelia, menyelaras, dan memajukan pemasaran hasil keluaran pertanian negara seperti sayur-sayuran, buah-buahan, bijirin, herba, ternakan dan akuakultur,” jelas Dato’ Ahmad Ishak yang menerajui FAMA sejak tahun 2011.

Mengulas tujuan utama penubuhan FAMA, Dato’ Ahmad berkata, merujuk Akta 141 (1965), tujuan penubuhan FAMA adalah untuk menyelia, menyelaras, mengawal, dan mempertingkatkan pemasaran keluaran pertanian di Malaysia, termasuk mengimport dan mengeksport keluaran pertanian. Tambah beliau, “keluaran pertanian” di sini bermaksud:

- Apa-apa keluaran pertanian atau pekebun, sama ada yang sudah diproses atau sebaliknya; dan
- Hasil lain sebagaimana yang ditetapkan oleh Menteri, tetapi tidak termasuk nanas, getah, kelapa sawit, padi, beras dan tembakau.

Bagi mewujudkan sistem pemasaran yang berkesan, FAMA sebagai sebuah agensi di bawah Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (KPIAT) turut menyelaraskan aktiviti pemasaran pertanian, sama ada yang melibatkan pihak swasta atau jabatan dan agensi kerajaan, selain memperbaiki, memperluas, serta memajukan pasaran baharu pertanian negara.

Menurut Dato’ Ahmad, FAMA sentiasa proaktif dan berusaha untuk memajukan dan memartabatkan sektor pertanian pada tahap yang tinggi dan menjadikan bidang ini sebagai kerjaya pilihan, terutamanya kepada generasi muda. Oleh sebab itu, FAMA mewujudkan program pembangunan usahawan tani dan agromakanan agar mereka dapat memasarkan hasil produk pertanian kepada pengguna.

Ujarnya, antara program yang dilaksanakan ialah Seminar Transformasi Pemasaran. Program ini berbentuk perkongsian ilmu dan maklumat yang berkaitan dengan bidang pemasaran supaya usahawan tani di bawah bimbingan FAMA mendapatkan maklumat terkini tentang bidang tersebut, sekali gus dapat menarik minat generasi muda untuk menyertai sektor pertanian.

“Di setiap rantaian pemasaran, FAMA memainkan peranan yang penting dari peringkat ladang hingga peringkat pengguna,” ujar Dato’ Ahmad.

Sejajar dengan visi dan misi penubuhan FAMA, yakni untuk menjadi peneraju utama pemasaran makanan dan hasil pertanian, serta membangunkan rantaian pemasaran makanan yang cekap dan berkesan, maka beberapa langkah telah dilakukan. Antaranya termasuklah menggunakan pendekatan 3A, iaitu ketersediaan (*availability*), kebolehdapatan (*accessibility*) dan kemampuan (*affordability*) dalam usaha mengukuhkan rantaian bekalan (rujuk Rajah 1).

Dato’ Ahmad berkata, antara program pembangunan usahawan yang dilaksanakan oleh FAMA termasuklah pasar tani, Agrobazaar Kedai Rakyat, K-Shoppe, Gerai Buah-buahan Segar (GBBS), motosikal tiga roda, ladang kontrak, dan Kelab Usahawan Siswazah Tani (MYAGROSIS).

Apabila diajukan pertanyaan tentang program FAMA, seperti pasar tani dan *MyFarm Outlet* bagi membantu menstabilkan harga bahan mentah dan mengimbangi kepentingan petani serta pengguna, beliau berkata, FAMA mengambil langkah melalui pelaksanaan projek “Maklumat Pasaran”, iaitu aktiviti pengumpulan, penganalisan, dan penyebaran maklumat yang berkaitan dengan trend dan potensi pasaran bagi hasil keluaran pertanian terpilih. Di bawah projek ini, data siri masa yang berkaitan dengan harga yang dikumpulkan setiap minggu yang melibatkan tiga peringkat, iaitu harga ladang, harga borong dan harga runcit, seterusnya data dianalisis dan disebarluaskan sebagai panduan kepada kumpulan pembuat keputusan.

Selain mengambil langkah pemasaran yang proaktif dan berkesan, tambah beliau, FAMA meluaskan ruang pasaran bagi membolehkan rakyat memperoleh barang keperluan, khususnya hasil keluaran agromakanan dengan mudah, cepat,



Rajah 1 Rantaian pemasaran FAMA.

dan pada harga yang berpatutan. Pada masa yang sama, petani atau usahawan mendapat pulangan yang munasabah.

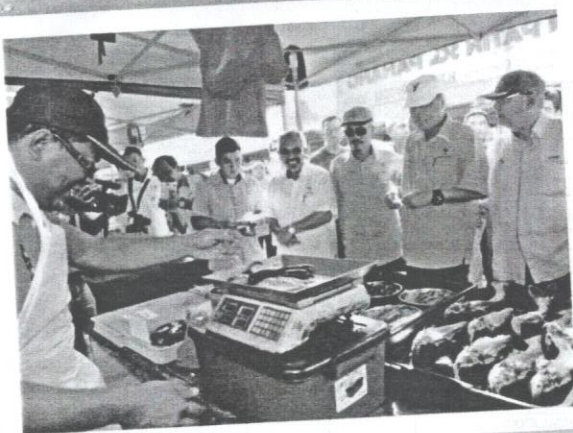
“Pasar tani telah diwujudkan sejak tahun 1985 dan hingga Disember 2016, sebanyak 663 pasar tani sudah beroperasi di seluruh negara,” katanya.

Begitu juga dengan *MyFarm Outlet* yang diwujudkan oleh FAMA untuk menangani kenaikan kos sara hidup, *MyFarm Outlet* melibatkan jualan terus dari ladang dan jeti pendaratan dengan menawarkan harga jualan lima peratus hingga 20 peratus lebih menjimatkan bagi komoditi seperti ayam, daging, ikan dan sayur-sayuran.

Jelasnya, program ini menggunakan pendekatan Strategi Lautan Biru Kebangsaan (NBOS) yang melibatkan kerjasama jabatan atau agensi di bawah KPIAT, seperti Jabatan Pertanian, Jabatan Perkhidmatan Veterinar, Jabatan Perikanan, Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia, Lembaga Pertubuhan Peladang, persatuan dan Koperasi Usahawan.

“Hingga Disember 2016 sebanyak lima *MyFarm Outlet* diwujudkan, iaitu di Presint 7, Putrajaya; Manjung, Perak; RTC Kelantan; Simpang Empat, Perlis dan Kuala Kedah, Kedah. FAMA turut melaksanakan program Stok Simpanan Bekalan Makanan (SSBM) yang bertujuan untuk membekalkan komoditi segar terpilih dengan

FAMA sentiasa proaktif dan berusaha untuk memajukan dan memartabatkan sektor pertanian pada tahap yang tinggi dan menjadikan bidang ini sebagai kerjaya pilihan, terutamanya kepada generasi muda.



harga kompetitif bagi memenuhi keperluan pengguna dan menstabilkan harga dalam pasaran, terutamanya pada musim perayaan. Komoditi yang terlabial ialah kubis, cili merah, tomato, bawang besar, bawang ros dari India, kelapa, lobak merah, halia dan kentang," jelas Dato' Ahmad.

Biarpun suasana ekonomi negara dan dunia masih kurang stabil, sektor makanan tetap menjadi keperluan utama bagi kelangsungan hidup manusia. Untuk tempoh Rancangan Malaysia Ke-11, FAMA meneruskan usaha bagi meningkatkan kecekapan dalam pengurusan rantaian bekalan dengan mengukuh dan meningkatkan luang pasaran terus kepada pengguna. Dua pendekatan yang akan terus diberikan fokus utama ialah:

- Pemasaran secara di luar talian, seperti Pasar Tani, Agrobazaar Kedai Rakyat, Agrobazaar Rakyat 1Malaysia, MyFarm Outlet, Agrobazaar Malaysia di Singapura dan sebagainya.
- Pemasaran secara dalam talian seperti Agrobazaaronline. Pendekatan ini dilihat mempunyai potensi yang besar kerana industri pemasaran secara maya sedang berkembang pesat di Malaysia dan dunia, serta mendapat sambutan positif daripada pengguna.

Meskipun FAMA banyak melakukan transformasi dari aspek pemasaran agar masyarakat mendapat lebih banyak akses, timbul dakwaan bahawa pihak berwajib agak lemah dalam penguatkuasaan undang-undang terhadap peniaga yang ingkar. Mengulas isu tersebut,

Dato' Ahmad menyatakan FAMA sendiri sudah mewujudkan Bahagian Regulatori bagi memantau dan menguatkuasakan pematuhan peraturan seperti yang termaktub dalam Akta 141 Seksyen 3 hingga 12.

"Pada tahun 2016, Bahagian Penguat Kuasa FAMA mengadakan sebanyak 540 operasi seperti di MyFarm Outlet, GBBS, Pasar Tani RTC serta Pasar Komuniti dan Karavan (PAKAR), termasuk di sektor swasta seperti di gudang, pasar borong, pasar awam, kedai runcit, gerai buah-buahan, pasar raya, dan sekatan jalan raya serta pemeriksaan di pusat pengumpulan ladang seperti di Cameron Highlands. Daripada jumlah ini, sebanyak 597 notis amaran dikeluarkan dan 10 kertas siasatan dibuka bagi tujuan pendakwaan di bawah kesalahan peraturan pengedaran, pembungkusan dan pelabelan (GPL)," tegasnya.

Tambah Dato' Ahmad, bagi melaksanakan peraturan GPL, pegawai beliau mengambil tindakan seperti memberikan amaran lisan, mengeluarkan surat amaran, sitaan premis sementara, rampasan barang serta tindakan undang-undang.

"Dengan tindakan ini, kami mengharapkan para peniaga sentiasa mematuhi peraturan yang ditetapkan dan pada masa yang sama, dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat," ujarnya.

Mengulas peraturan GPL ini, Dato' Ahmad berkata, FAMA menetapkan peringkat pengeluar hingga peruncit supaya dapat melengkapkan maklumat yang berkaitan dengan nama komoditi, negara asal, gred, saiz dan harga agar pengguna dapat membuat pilihan.

"Dengan adanya maklumat tersebut, pengguna boleh membuat pemilihan hasil pertanian yang hendak dibeli. Sebagai contoh, cili merah ada dua jenis, iaitu cili merah kulai dan cili merah minyak. Kedua-dua variasi ini mempunyai nilai yang berbeza. Secara relatifnya, harga cili merah kulai lebih tinggi berbanding dengan cili merah minyak. Pada masa yang sama, negara kita juga mengimport cili merah dari Vietnam dan China. Dengan menyenaraikan maklumat ini, hal ini memberikan pilihan kepada pengguna untuk membuat keputusan yang bijak mengikut cita rasa mereka.

"Di sinilah pentingnya fungsi penguat kuasa bagi memastikan mereka mematuhi peraturan yang

ditetapkan. Jika berlaku wabak penyakit akibat daripada pertanian tersebut, kami dengan mudah dapat mengesan jenis komoditi dan puncanya dari sesebuah negara untuk diambil tindakan segera. Kami tidak mahu wabak penyakit seperti E.coli yang berlaku di Jerman terjadi di negara kita," tegas Dato' Ahmad.

Dato' Ahmad memberitahu, sepanjang tempoh lima dekad lalu, FAMA bukan sahaja berjaya mewujudkan rangkaian pemasaran hasil pertanian yang sempurna untuk pasaran dalam negara, tetapi turut melebarkan pasaran ke peringkat antarabangsa.

"FAMA berjaya melaksanakan tanggungjawab dan peranannya yang bersesuaian dengan tujuan asal penubuhan kira-kira 50 tahun dahulu. Kini FAMA sedang memasuki fasa baharu dengan tanggungjawab yang lebih besar, termasuk memberikan fokus bagi menayakan agenda keselamatan makanan yang diperkenalkan oleh kerajaan sebelum ini," ujar Dato' Ahmad.

Bagi menayakan hasrat itu, FAMA bersama-sama KPIAT perlu bertindak lebih proaktif bagi mencari jalan untuk mengimbangi jumlah eksport dan import makanan pada tahap yang lebih munasabah agar sektor agromakanan negara mampu menyumbangkan penguatkuasaan imbangan dagangan pada masa depan, sekali gus memastikan negara mempunyai simpanan makanan yang mencukupi untuk tahun-tahun yang mendatang.

Kesedaran ini timbul apabila bebanan kewangan negara semakin meningkat untuk mengimport sumber makanan dari luar, tambahan pula negara sedang menghadapi kegawatan ekonomi. Secara tiba-tiba negara perlu membelanjakan sebanyak RM9 billion untuk segmen tersebut sedangkan hal ini boleh dijanakan daripada sumber dalaman. Walhal ketika ekonomi negara mewah, tidak ada mana-mana pihak pun yang menghiraukan hal ini. Malah dilaporkan sumber pengeluaran pertanian, seperti tanah, dengan mudah dijual untuk tujuan pembangunan industri dan pembuatan.

Sementara itu, pelibatan orang muda dalam sektor pertanian amat dialu-alukan, selain inovasi dan penggunaan teknologi terkini untuk memastikan kelestarian jaminan makanan pada masa hadapan. Jika dirancang dan dilaksanakan dengan baik, kita mampu menghasilkan lebihan

Jadual 1 Bilangan surat amaran yang telah dikeluarkan oleh cawangan penguatkuasaan tahun 2016.

SEKSYEN	PASARAN	PASAR TANI	PASAR BORONG	PASAR AWAM	SEKATAN JALAN RAYA	SEKATAN JALAN RAYA	SEKATAN JALAN RAYA	SEKATAN JALAN RAYA	SEKATAN JALAN RAYA	SEKATAN JALAN RAYA	Jumlah Bilangan
1	1	10	7								30
2	18	48									68
3	2	2									17
4	9	11									23
5	10	30									64
6	3	18									38
7	5	5									77
8	11	12									29
9	21	17									113
10	7	19									30
11	2	4	13								19
12	16	28									80
											597

Jadual 2 Pencapaian aktiviti cawangan penguatkuasaan tahun 2016.

BIL	AKTIVITI	SASARAN	PENCAPAIAN	PERATUSAN
1	Aktiviti Penguatkuasaan Pematuhan GPL di Pasar Raya	100	177	177%
2	Aktiviti Penguatkuasaan Pematuhan GPL di Pasar Tani	74	88	118%
3	Aktiviti Penguatkuasaan Pematuhan GPL di GBBS	50	93	186%
4	Aktiviti Penguatkuasaan Pematuhan GPL di Agrobazar, ABRIM, MYFARM, PAKAR, RnR, Premis, Gudang dan Pasar Awam	50	80 3 6 4 21 6 15 26	322%
5	NBOS DBKL Pasar Borong/RTC	10	6 4	100%
6	Sekatan Jalan Raya/ Pintu Masuk	4	10	250%
	JUMLAH KESELURUHAN	288	PROJEK FAMA = 274 PROJEK SWASTA = 266 JUMLAH = 540	188%

dalam pengeluaran, sekali gus mengurangkan defisit imbalan serta meningkatkan jumlah eksport negara.

Oleh hal yang demikian, kerajaan perlu mengambil peranan secara langsung bagi mengawal penghasilan, pemasaran, dan menentukan penyimpanan stok makanan sentiasa mencukupi untuk berhadapan dengan apa-apa sahaja kemungkinan, sama ada perubahan cuaca ataupun konflik serantau yang boleh menjejaskan pengeluaran makanan asing negara. ●

FAMA sendiri sudah mewujudkan Bahagian Regulatori bagi memantau dan menguatkuasakan pematuhan peraturan seperti yang termaktub dalam Akta 141 Seksyen 3 hingga 12.