

# DAYASAING INDUSTRI KECIL SEDERHANA (IKS) MAKANAN HALAL DALAM MENGHADAPI AFTA

**Abd. Razak Dan, Faridah Shahadan, Mohd Ali Mohd Noor**  
Fakulti Ekonomi dan Perniagaan Universiti Kebangsaan Malaysia.

**Wiyadi**

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

## Abstract

*Globalization and liberalization form a new dimension in trading. To facing emulation in the global stage, each state in the world tries to improve its competitiveness especially in manufacturing and services sector. The lawful food industries are not quit of this phenomenon. Looking into the most manufacturing lawful food industries in Malaysia consist of small and medium industries, this paper aim to analyse Malaysia lawful food of small and medium industrial competitiveness in face of AFTA with focusing to financial, technological and human resource aspect.*

**Keywords:** *small and medium industries, competitiveness, lawful food, AFTA*

## PENGENALAN

Industri makanan halal merupakan sektor yang berpotensi tinggi untuk dibangunkan selaras dengan hasrat negara menjadi pusat produk dan barangan halal serantau. Sektor ekonomi ini mampu memberikan pulangan yang lumayan memandangkan ianya mendapat sokongan penuh kerajaan dengan penyediaan pelbagai prasarana pemasaran, pembaikan dasar, khidmat sokongan, reputasi dan pengiktirafan. Malaysia sebagai sebuah negara Islam, mempunyai kestabilan politik dan mempunyai majoriti penduduknya beragama Islam mempunyai kekuatan untuk menerajui sektor ini. Selain pasaran domestik, peluang pasaran dunia juga luas dengan penduduk dunia Islam yang ramai di seluruh dunia, yang menjanjikan nilai dagangan yang

tinggi dan nilai ini dijangkakan meningkat dari tahun ke tahun. Memandangkan potensi sektor ini, industri kecil dan sederhana (IKS) di Malaysia perlu merebut peluang untuk menyertai dalam sektor ini.

Negara-negara lain di dunia terutamanya negara ASEAN turut serta merebut peluang untuk memanfaatkan sektor makanan halal dan seterusnya memberikan saingan yang besar kepada Malaysia di peringkat dagangan antarabangsa. Selain daripada itu, dengan mobiliti produk yang lebih mudah bila terlaksananya AFTA, akan terdapat lebih banyak produk halal dari negara luar masuk ke pasaran domestik justeru mengujudkan persaingan yang lebih kompetitif di pasaran domestik.

Persoalannya, adakah firma IKS mempunyai daya saing dalam menghadapi cabaran AFTA? Apakah persediaan yang telah di buat oleh firma IKS dalam sektor makanan halal untuk menghadapi cabaran ini? Kertas ini cuba menjawab persoalan ini. Kertas ini memfokus kepada indikator daya saing dari aspek sudut sumber manusia, kewangan dan aktiviti penyelidikan dan pembangunan. Selain daripada itu, kertas ini juga akan menganalisis kekuatan yang dimiliki firma makanan halal dan bagaimana ianya boleh mengeksploitasi segala sumber yang ada bagi mencipta nilai ekonomi yang mampu meningkatkan daya saing di pasaran.

## **PERKEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN ASEAN**

Industri makanan halal merupakan salah sebuah industri yang semakin pesat berkembang dimana pasaran makanan halal ini bernilai lebih kurang USD50 billion (RM 190 billion), dan dijangka meningkat dari tahun ke tahun. Prospek makanan halal adalah sangat besar samada untuk pengeluaran domestik mahupun pengeluaran antarabangsa. Populasi yang besar di Timur Tengah, Amerika Utara, Asia Tenggara, Soviet Union dan China menyediakan pasaran yang lumayan kepada industri makanan halal (Chaudry, 1992).

Berdasarkan kajian yang telah dijalankan oleh Unipeq (Unit Penyelidikan Kualiti Makanan, UKM, 2004) industri makanan halal berpotensi untuk berkembang berdasarkan permintaan dan keperluan hampir 2 billion pengguna muslim seluruh dunia. Perkembangan permintaannya begitu cepat kerana akhir-

akhir ini ia telah menjadi pilihan pengguna bukan muslim juga. Ini adalah kerana skop pengiktirafan dan akreditasi halal bukan sahaja selamat untuk digunakan bahkan terjamin dari segi mutu, citarasa dan kesihatan.

Untuk negara Asean sahaja, pasaran yang ujud begitu luas memandangkan populasi Muslim di rantau ASEAN adalah sebanyak 254 juta iaitu merupakan komposisi ketiga terbesar di dunia. Mengikut *World Statistics* (2004), peratusan jumlah penduduk muslim ASEAN dengan negara Indonesia merupakan negara yang paling ramai penduduk muslim iaitu sebanyak 87% diikuti oleh negara Malaysia (70%), Brunei (63%), Singapura (14.9%), Filipina (5%) dan Thailand (3.8%).

Industri pemprosesan makanan halal di ASEAN juga mengalami perkembangan yang pesat dimana ianya dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah produk halal yang berdaftar dengan institusi pengeluaran sijil halal negara masing-masing. Institusi yang menjaga hal ehwal agama Islam di Malaysia seperti MUI, MUIS, JAKIM dan CICT melaporkan bahawa Malaysia adalah negara yang terbanyak mengeluarkan produk halal berdaftar iaitu sebanyak 8930 produk, Thailand sebanyak 7000 produk, Indonesia sebanyak 1500 dan Singapura sebanyak 1350 produk halal yang berdaftar. Dengan bilangan produk yang berdaftar tinggi, dan dijangkakan akan terus meningkat, menggambarkan permintaan di pasaran domestik dan antarabangsa. Keupayaan firma mengeksport boleh meningkatkan pendapatan negara.

Justeru itu semua negara ASEAN telah mengambil tindakan untuk mengembangkan industri makanan halal masing-masing. Umpamanya, negara Filipina telah merancang untuk membangunkan Mindanao di selatan negara tersebut sebagai pusat makanan halal dunia, Brunei berhasrat untuk muncul sebagai pusat piawai makanan halal dunia manakala Thailand berusaha untuk menjadikan Pattani sebagai pusat pemprosesan makanan halal dunia. Secara keseluruhannya, semua negara ASEAN telah memfokus kepada industri makanan halal lantaran prospeknya yang baik.

### **CABARAN AFTA**

Dengan pelaksanaan AFTA sepenuhnya pada tahun 2005, adalah dijangka firma makanan halal akan berhadapan dengan persaingan yang sengit kerana liberalisasi perdagangan di rantau Asean telah memudahkan aliran keluar masuk barangan. Menurut MITI (2004), Malaysia akan menghadapi persaingan dengan beberapa pengeksport makanan yang terkenal di dunia seperti Indonesia, Thailand, Perancis, Belanda, Denmark, China, Australia, New Zealand, USA, Brazil dan Argentina.

Negara Thailand yang merupakan rakan ASEAN dilihat sebagai saingan utama negara kerana negara tersebut mempunyai kapasiti pengeluaran makanan yang tinggi. Negara yang mempunyai teknologi pertanian yang tinggi ini mempunyai kelebihan dalam penyediaan bahan mentah tempatan. Kini terdapat kira-kira 9000 firma pemprosesan makanan di Thailand di mana 7000 daripadanya adalah dari kategori kecil dan sederhana. Sektor pemprosesan makanan

mereka juga berorientasikan eksport dimana 50% daripada produknya dipasarkan ke luar negara (Agriculture & Agri Food Canada, 2004). Singapura juga merupakan saingan kedua Malaysia. Kelebihannya dalam perdagangan entreport membolehkannya bersaing dan mengeksport semula 56.5% daripada makanan yang diimport keluar negara (Agriculture & Agri Food Canada, 2004). Secara umumnya kebanyakan negara ASEAN mempunyai kelebihan tersendiri untuk berdayasaing dalam industri ini.

Salah satu faktor yang menentukan daya saing firma ialah sumber dan keupayaan firma (Hashim et al. 2001, Gary 2001, Westhead et al. 2001, Edward 2002, Nicholas 2002, Afonso & Maria 2003). Sumber dan keupayaan ini termasuk aktiviti inovasi, penyelidikan dan pembangunan (R&D), pembentukan jaringan perniagaan, teknik pengurusan dan kualiti sumber manusia. Kesimpulan dari kajian mereka menunjukkan keupayaan untuk berdayasaing sangat bergantung kepada nilai dan kebijaksanaan usahawan mengeksploitasi sumber dan keupayaan firma. Terdapat banyak kajian yang dijalankan membincangkan juga nilai-nilai yang baik yang mempengaruhi kejayaan usahawan. Di peringkat antarabangsa kajian seperti O Connor (1999), Clark (1998), Nobuhiro (1994), Moorman dan Halloran (1993), McClelland (1961) banyak menceritakan ciri-ciri yang seharusnya dipunyai usahawan untuk berjaya. Kajian di dalam negara yang hampir sama juga dibuat oleh Abdul Aziz (2000) dan Abdul Khalid (1992).

Kajian Abdul Aziz (2000) mendapati bahawa firma di Malaysia terutamanya

industri kecil dan sederhana (IKS) masih lagi rendah dalam penggunaan teknologi. Penggunaan atau aplikasi internet dalam keusahawanan dianggap sebagai langkah ke arah inovasi firma seterusnya meningkatkan kemampuan berdayasaing. (Jennis et al. 2001, James et al. 2001). Penggunaan teknologi memudahkan firma terutamanya dalam aspek pengurusan, pemasaran, pembangunan produk bagi mengeksploitasi sumber yang ada. Teknologi pengeluaran pula memainkan peranan yang penting bukan sahaja kepada gunatenaga bahkan kepada produktiviti, nilai ditambah dan kemampuan untuk berdayasaing. Kebanyakan pengusaha menggunakan kaedah peralatan separa automatik dan alatan elektrik mudah alih sahaja dalam pemprosesan dan pengeluaran mereka menyebabkan peningkatan jualan adalah kecil dan terhad. (Zaini et al. 1995).

Justeru itu keefisienan firma mempunyai hubungan yang rapat dengan kemampuan firma berdayasaing. Firma yang mempunyai keefisienan dalam pemasaran, operasi pengeluaran dan pembangunan sumber manusia lazimnya berjaya menjana dayasaing. Kajian Ling (2000) menunjukkan terdapat empat aspek yang menentukan prestasi dan peningkatan dayasaing firma iaitu operasi pengeluaran, pemasaran, sumber manusia, teknologi dan pembangunan produk. Kriteria-kriteria ini dipilih sebagai penentu kepada dayasaing kerana ia dihipotesiskan sebagai faktor penting menentukan prestasi firma (Drodge & et al.1994, Capon et al.1990, Hayes & Wheelwright 1984).

## LATAR BELAKANG KAJIAN

Kajian ini menggunakan 300 sampel firma-firma pemprosesan makanan halal di Semenanjung Malaysia. Jadual 1 menunjukkan taburan firma mengikut negeri iaitu Selangor (44.7%), Kuala Lumpur (16.3%), Pulau Pinang (12%), Kelantan (7.7%), Johor (4.0 %) Perak dan Melaka masing-masing (3.7%), Terengganu (2.7%), Pahang (2.3%), Kedah (1.7%), Negeri Sembilan (1.3%).

**Jadual 1 .Taburan Firma Mengikut Negeri**

Negeri	Frekuensi	Peratusan
• Kedah	5	1.7
• Pulau Pinang	36	12.0
• Perak	11	3.7
• Selangor	134	44.7
• Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur	49	16.3
• Negeri Sembilan	4	1.3
• Melaka	11	3.7
• Johor	12	4.0
• Pahang	7	2.3
• Terengganu	8	2.7
• Kelantan	23	7.7
Jumlah	300	100

Sumber: Kaji Selidik 2004/05

Berdasarkan Kaji Selidik 2004/05, bahawa keluaran produk yang berasaskan bijirin adalah yang tertinggi sekali yang dilakukan oleh firma iaitu sebanyak 35%. Seterusnya firma-firma yang terlibat dalam keluaran berasaskan hasil tumbuhan sebanyak 30%, kordial, jus dan minuman

sebanyak 11%, hasil laut 9%, hasil daging sebanyak 7%, hasil tenusu sebanyak 6% dan hasil dari produk kesihatan sebanyak 2%

## PENEMUAN KAJIAN

### • Operasi Pengeluaran

Teknik pengeluaran firma mempengaruhi kapasiti pengeluaran sesuatu firma selanjutnya ia akan menentukan ekonomi berskel yang akan dinikmati oleh firma tersebut. Pengautomasian pengeluaran cenderung meningkatkan pengeluaran jika berbanding dengan teknik pengeluaran manual. Selain itu pengautomasian pengeluaran juga memastikan kekonsistenan kualiti serta kebersihan produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil kajian dalam jadual 2, didapati firma-firma yang menggunakan teknik pengeluaran pengautomasian secara sepenuh hanya 7.3% sahaja. Manakala majoriti daripada firma iaitu 82% menggunakan kombinasi teknik pengeluaran manual dan automatik. Sementara itu, masih wujud sebanyak 10.7% daripada firma menggunakan teknik pengeluaran manual dengan sepenuhnya. Ini memberi implikasi bahawa keupayaan firma meningkatkan kapasiti pengeluaran untuk memenuhi permintaan pasaran global adalah terhad. Selain itu teknik pengeluaran manual akan menyebabkan permohonan HACCP dan HALAL tergendala kerana tidak dapat memenuhi kriteria kualiti yang konsisten dan kebersihan produk.

**Jadual 2. Teknik Pengeluaran**

Tahap Penggunaan Mesin	Frekuensi	Peratusan
• Manual sepenuhnya	32	10.7
• Separuh automatik	246	82.0
• Automatik sepenuhnya	22	7.3
Jumlah	300	100

Sumber: Kaji Selidik 2004/05.

Selain dari teknik pengeluaran, halangan firma pemprosesan makanan halal ke arah peningkatan prestasi dan daya saing firma adalah dibatasi masalah mendapatkan bahan mentah. Kajian mendapati bahawa firma-firma ini sama ada yang menggunakan bahan mentah tempatan ataupun import turut menghadapi pelbagai masalah. Jadual 3 merupakan masalah-masalah yang berkaitan dengan bekalan bahan mentah.

Kajian menunjukkan 56.0% daripada firma menghadapi masalah memperolehi bahan mentah tempatan, manakala 58.4% daripada firma menghadapi masalah memperolehi bahan mentah import. Selain itu, sebanyak 68.3% daripada firma menghadapi masalah kualiti bahan mentah. Terdapat 66.0% daripada firma menghadapi masalah bahan mentah bermusim. Masalah-masalah yang dihadapi oleh firma ini akan memberi kesan negatif kepada proses pengeluaran. Umpamanya, bekalan bahan mentah yang tidak tetap akan menyebabkan tergendalanya operasi pengeluaran. Selain itu, kualiti bahan mentah yang tidak konsisten akan mempengaruhi kualiti produk yang dihasilkan.

**Jadual 3. Masalah-Masalah Bahan Mentah**

Perkara	Frekuensi	Peratusan
• Sukar mendapat bahan mentah tempatan	168	56
• Sukar mendapat bahan mentah import	175	58.4
• Masalah kualiti bahan mentah	205	68.3
• Masalah bahan mentah bermusim	198	66

Sumber: Kaji Selidik 2004/05

### • Inovasi dan teknologi

Untuk menentukan tahap inovasi dan teknologi firma, kajian ini meninjau dua aspek teknologi yang diamalkan di firma-firma iaitu tahap R&D serta teknik pengurusan dan telekomunikasi.

Porter (1990) menyatakan bahawa, salah satu faktor yang menentukan daya saing firma adalah menerusi inovasi. Usahawan-usahawan harus melakukan inovasi dalam aspek pengurusan, pengeluaran produk dan juga pemasaran supaya dapat menyesuaikan diri dengan perubahan trend pasaran. Jesteru, usahawan-usahawan harus memberi

perhatian ke atas R&D demi mengekalkan daya saing firma. Jadual 4 menunjukkan jenis dan nilai R&D IKS makanan halal Malaysia. Berdasarkan jadual, sebahagian besar firma yang menjalankan R&D tertumpu kepada pembangunan produk dan kajian pasaran.

Selain dari aspek R&D, kajian juga meninjau aspek teknik pengurusan dan komunikasi. Jadual 5 menunjukkan tahap pengaplikasian teknologi dikalangan firma. Hasil kajian menunjukkan 60.7% daripada firma menggunakan internet dalam organisasi mereka. Manakala hanya 32.7% daripada firma membentuk jaringan dalaman sebagai teknik komunikasi. Bagi operasi pengeluaran pula sebanyak 39.3% daripada firma menggunakan komputer dalam proses pengeluaran. Pengaplikasian komputer yang paling umum di kalangan firma adalah dalam bidang perakaunan dimana sebanyak 75% daripada firma telah menggunakannya. Manakala bagi bidang pengurusan hanya 36.0% daripada firma telah menggunakannya. Selain itu usahawan-usahawan perlu sedar tentang kepentingan ICT. Ini kerana penggunaan ICT mempunyai banyak faedah terhadap firma. Antaranya adalah seperti mendapat maklumat pembekal, pesaing dan pengguna menerusi internet, membentuk

**Jadual 4. Nilai R&D**

Jenis R&D	Bil Firma	Median (RM)	Min (RM)	Max (RM)
• Kajian Pasaran	20	50,000	1,000	5,000,000
• Pembangunan Produk	51	100,000	2,000	8,000,000
• Amalan Pengurusan	8	50,000	1,000	100,000
• Penambahcekan Proses	13	50,000	1,500	500,000

Sumber: Kaji Selidik 2004/05

e-dagang sebagai teknik pemasaran dan membentuk jaringan perniagaan dengan pasaran global pada kos yang minimum. (lihat Jadual 5)

**Jadual 5. Teknik Pengurusan dan Telekomunikasi**

Aplikasi Komputer	Peratusan
• Internet	60.7
• Jaringan dalaman	32.7
• Pengeluaran	39.3
• Perakaunan	75.0
• Pengurusan	36.0

Sumber: Kaji Selidik 2004/05

#### • Sumber Manusia

Sumber manusia merupakan kunci kejayaan firma dalam era globalisasi. Sumber manusia yang berkemahiran dan berpengetahuan akan menyumbang kepada peningkatan produktiviti firma. Maka untuk meningkatkan kualiti, sumber manusia, latihan dan pembangunan perlu ditingkatkan.

Jadual 6 menunjukkan bilangan pekerja yang mengikuti latihan di firma-

firma yang dikaji. Hasil kajian mendapati, secara keseluruhannya firma tidak mementingkan latihan di kalangan pekerjaanya dimana lebih daripada 70% firma tidak menghantar pekerjaanya untuk latihan dalam bidang teknologi, pengurusan, urusan pejabat, komputer, keusahawanan dan *hygiene*.

Sementara itu kajian mendapati sebanyak 60.7% daripada firma tidak mempunyai pekerja R&D di samping 81% daripada firma tidak mempunyai pekerja ICT. Ini mungkin disebabkan oleh saiz firma yang secara umumnya kecil dan sederhana yang menyebabkan mereka cenderung untuk tidak mengamalkan pengkhususan dalam perniagaan. (lihat Jadual 7)

#### • Prestasi Jualan dan Kewangan firma

Prestasi jualan syarikat berdasarkan jumlah output dalam kajian ini mendapati kebanyakan syarikat berjaya menjual lebih dari 50 peratus keluaran (59.52%). Kurang daripada 30 peratus syarikat yang menghadapi masalah kos inventori dan sekaligus mengecilkan margin keuntungan. Keadaan ini mungkin disebabkan masalah

**Jadual 6. Bilangan Pekerja yang Mengikut Latihan**

Kategori latihan	Bilangan Pekerja							
	0		1-5		6-10		>10	
	Bil	%	Bil	%	Bil	%	Bil	%
• Teknologi	214	71.3	75	25	9	3	2	0.7
• Pengurusan	213	71	80	26.7	7	2.3	0	0
• Urusan pejabat	254	84.7	46	15.3	0	0	0	0
• Komputer	240	80	54	18	5	1.7	1	0.3
• Keusahawanan	241	80.3	54	18	4	1.3	1	0.3
• <i>Hygiene</i>	222	74	66	22	4	1.3	8	2.7

Sumber: Kaji Selidik 2004/05

**Jadual 7. Bilangan Pekerja R&D dan ICT**

Bilangan Pekerja	Pekerja R&D		Pekerja ICT	
	Frekuensi	Peratusan	Frekuensi	Peratusan
0	182	60.7	243	81.0
1 – 5	104	34.7	52	17.3
5 – 10	11	3.7	2	0.7
> 10	3	1.0	3	1.0
Jumlah	300	100.0	300	100.0

Sumber: Kaji Selidik 2004/05

pengurusan dan pemasaran yang lembab dan bukan disebabkan masalah output akhir dan pengiktirafan masyarakat. Lazimnya makanan yang telah mendapat pensijilan halal mempunyai citarasa yang baik dan kemampuan berdayasaing yang tinggi dari segi kesihatan dan pembungkusan. Pengiktirafan dalam bentuk GMP dan HACCP meyakinkan lagi mutu dan kualiti penyediaan makanan tersebut.

Peratus output terjual melebihi 50 peratus didominasi oleh kaum Melayu sebanyak 70 peratus diikuti oleh kaum Cina sebanyak 30 peratus. Dapatan ini menunjukkan produk yang dihasilkan oleh firma berketurunan Melayu masih mempunyai reputasi yang tinggi dari segi pemilihan pengguna berbanding produk

keluaran firma bukan Melayu. Ini juga menunjukkan terdapat kaitan yang besar di antara pilihan pengguna yang kebanyakan beragama Islam dengan jangkaan kesahihan logo halal pada produk. Hanya 18 peratus firma kaum Melayu yang menghadapi masalah kos inventori berbanding saingan terdekat dari firma kaum Cina dan India sebanyak 30 peratus. Kajian juga cuba menganalisis cadangan peningkatan jualan firma pada masa hadapan dan mendapati majoriti firma adalah positif kepada peningkatan sekurang-kurangnya 10 hingga 50 peratus (54.3%). Manakala baki firma berhasrat meningkatkan jualan melebihi 50 hingga 100 peratus sebanyak 45.7 peratus. Dapatan ini menunjukkan usahawan

**Jadual 8. Taburan Peratus Prestasi Syarikat Berdasarkan Output Terjual**

Peratus Output Terjual	Frekuensi	Peratus Syarikat
< 25%	47	27.97
26% - 50%	21	12.5
51% - 100%	100	59.52
Total	168	100

Sumber: Kaji selidik 2004/05



adalah responsif kepada peluang pasaran yang luas namun disebabkan kekangan dan lain-lain masalah dalaman firma, mereka tidak mampu memenuhi peluang sedia ada.

Dari sudut jenis keluaran pula, makanan berasaskan bijirin dan makanan laut telah mendapat tempat di sisi pengguna. Ini dibuktikan dengan lebih 50 peratus makanan berasaskan bijirin dan hasil tumbuhan berjaya dijual. Lain-lain keluaran seperti hasil laut, asas daging, minuman, tenusu masing-masing berada pada paras 25 hingga 50 peratus jualan. Keadaan ini dirasakan mempunyai kaitan dengan tren penggunaan makanan masyarakat Islam dewasa ini yang lebih mengutamakan diet dan makanan tambahan disebabkan faktor kesihatan dan kecantikan. Seperkara lain, makanan yang rendah kalori juga telah menjadi pilihan utama.

Selain dari sudut jualan, prestasi firma juga boleh dilihat dari aspek aset dan modal. Aset tak alih seperti tanah dan bangunan pada jadual 6 mewakili lebih 70 peratus pegangan aset keseluruhan firma. Kelebihan aset dalam bentuk tak alih akan memastikan firma berada dalam keadaan yang lebih baik dan stabil dalam jangka masa panjang. Namun kedua-dua aset dalam bentuk alih dan tak alih ini boleh mensasarkan pulangan atas aset firma setiap tahun dan ia juga mampu mewakili prestasi tahunan firma. Modal firma pula boleh memberikan isyarat kepada pelabur samada firma mampu bersaing pada masa hadapan. Seperti dalam jadual 7, rata-rata firma mempunyai modal yang banyak dalam bentuk pegangan syer berbanding modal berbayar dan modal kerja. Modal dalam bentuk ini menunjukkan firma

masih mempunyai saluran untuk mendapatkan suntikan modal tambahan tanpa bergantung semata-mata kepada institusi kewangan dan kerajaan. Modal kerja yang tinggi pula boleh menyebabkan firma mampu berdayasaing dengan membesarkan operasi pada masa hadapan. Modal kerja ialah perbezaan di antara aset semasa dan liabiliti semasa firma. Hutang firma yang kecil akan membolehkan firma memenuhi pasaran semasa, melebarkan pasaran serta mengadaptasi perubahan citarasa pengguna dengan segera.

**Jadual 9. Taburan Jenis Modal Sekarang**

Jenis Modal	Peratus
• Modal berbayar	33.807
• Modal pemegang syer	41.953
• Modal kerja	24.238
Total	100

Sumber: Kaji selidik 2004/05

Sebanyak 68 peratus firma dalam kajian mempunyai modal kerja di bawah nilai satu juta ringgit walaupun taburannya agak besar berbanding taburan jenis modal pada jadual 7. Ini menunjukkan majoriti firma masih perlu meningkatkan modal kerja kerana cabaran AFTA memerlukan firma yang mampu berdayasaing untuk kekal di pasaran. Hanya 14 peratus firma yang menunjukkan ciri-ciri mampu berdayasaing dengan modal kerja melebihi satu juta ringgit dan kebanyakan firma adalah dari kategori produk bijirin dan hasil tumbuhan. Namun sebanyak 27.3 peratus firma berazam memperkukuhkan lagi kewangan mereka bagi menghadapi persaingan yang lebih sengit dan global pada masa hadapan.

## **PROSPEK IKS MAKANAN HALAL DALAM MENGHADAPI AFTA**

Kajian telah mendapati IKS makanan halal menghadapi masalah seperti teknologi yang rendah, modal yang terhad, sumber manusia yang tidak terlatih serta teknik pemasaran yang ketinggalan. Dengan kekurangan tersebut, IKS makanan halal terpaksa berdepan dengan cabaran seperti persaingan, suasana politik dan ekonomi, perubahan teknologi, peningkatan eksport, kesedaran pengguna dan kelebihan berbanding. Walaupun industri makanan halal yang dikaji berhadapan dengan pelbagai cabaran, namun industri ini juga mempunyai prospek yang cerah di masa hadapan. Prospek bagi industri makanan halal diterangkan di bawah:

### **1. Pasaran Domestik**

Peningkatan import bahan makanan khususnya produk daging dan bilangan penduduk Islam yang bertambah secara puratanya melebihi 2% setahun di Malaysia mencerminkan permintaan terhadap makanan halal di pasaran domestik. Peningkatan penyertaan wanita dalam pasaran buruh juga menyebabkan bertambahnya permintaan makanan halal yang telah diproses. Pada tahun 2000 pasaran produk daging adalah sebanyak RM2.2 billion dan pada tahun 2003 pasaran domestik produk ini dijangka RM 3.1 billion (Ahmad Nadzer 2003).

### **2. Pasaran Eksport**

Pasaran makanan halal dunia sekarang dianggarkan bernilai lebih dari RM300 billion setahun. Menyedari akan potensi ini, kerajaan Malaysia telah membuat persediaan awal bagi memastikan

peluang keemasan ini tidak terlepas begitu sahaja. Matlamat kerajaan adalah untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat makanan halal menjelang 2010. Melalui usaha JAKIM, negara ini berjaya memperkenalkan piawaian halal yang diiktiraf di seluruh dunia. Negeri-negeri Pahang, Selangor, Melaka, Negeri Sembilan dan Perlis telah dipilih sebagai zon pengeluaran makanan halal. Pihak kerajaan telah menyediakan pusat penyembelihan, membina bilik sejuk dan gudang khas serta kemudahan import dan eksport di lapangan terbang dan pelabuhan.

Di kalangan negara-negara ASEAN pasaran boleh ditumpukan ke Indonesia dimana Indonesia merupakan negara yang mempunyai penduduk yang ramai (melebihi 200 juta orang) dan telah mengimport makanan bernilai US\$1.8 billion pada 1999. Selain Indonesia, makanan halal juga boleh dipasarkan ke Singapura dan Brunei.

Negara Timur Tengah juga mempunyai potensi pasaran yang luas memandangkan hampir semua penduduknya beragama Islam dan mempunyai pendapatan perkapita yang tinggi dan sektor pertanian yang terhad. Negara-negara tersebut mempunyai kuasa beli yang baik.

Selain daripada negara-negara ASEAN dan timur tengah, terdapat juga negara-negara yang mempunyai bilangan orang Islam yang agak tinggi seperti negara Pakistan, Bangladesh, Cina dan India. Negara-negara ini juga boleh diberi tumpuan untuk memasarkan produk makanan halal. Pada 2005, dijangkakan permintaan terhadap produk berasaskan daging halal oleh negara ASEAN adalah

sebanyak USD 2.3 billion. Permintaan produk ini juga oleh negara Timur dijangkakan adalah sebanyak USD 2.3 billion. Daripada kedua-dua kawasan tersebut dijangkakan pasaran bagi produk ini adalah sebanyak USD 4.7 billion. (Ahmad Nadzir 2003).

Mengikut Zainal (2003), terdapat beberapa faktor yang membantu kearah peningkatan potensi eksport makanan halal iaitu:

- 1) peningkatan kesedaran mengenai kualiti, kesihatan dan makanan yang selamat.
- 2) perubahan demografi.
- 3) pengaruh dari pertumbuhan golongan menengah.
- 4) amalan pembelian secara runcit
- 5) perkembangan jenama dan label persendirian.
- 6) gabungan dan kesatuan di kalangan pengusaha makanan global.
- 7) perubahan dalam teknologi pembungkusan, persekitaran, pilihan pengguna, penyimpanan dan pembuangan.

### 3. Sokongan Kerajaan

Industri ini mendapat sokongan sepenuhnya daripada kerajaan kerana Malaysia berhasrat menjadi pengeluar makanan halal dunia. Terdapat banyak insentif dan dana yang telah disediakan oleh kerajaan khusus untuk industri pembuatan dan industri yang berskel kecil dan sederhana yang akan merangka pembangunan industri yang mempunyai asas yang luas dan berdaya saing di peringkat global.

Usaha kerajaan dalam menggalakkan perkembangan industri pemprosesan makanan halal juga merupakan satu

sokongan yang amat memberangsangkan keatas pertumbuhan industri ini. Selain dari pelbagai insentif seperti bantuan kewangan, potongan cukai dan elaun pelaburan kerajaan juga telah menubuhkan enam tapak pemprosesan makanan halal yang bertaburan di semenanjung Malaysia sebagai satu usaha untuk mengembangkan industri kelompok pemprosesan makanan. Tindakan kerajaan ini adalah bertujuan untuk mengembangkan industri ini agar ia dapat menyumbang kepada pengeksportan negara serta mewujudkan rantaian industri terutamanya diantara sektor pertanian. Tambahan lagi, pelbagai agensi kerajaan telah ditubuhkan untuk memberi bantuan kepada firma-firma kecil pemprosesan makanan.

Umpamanya, salah satu peranan FAMA adalah untuk membantu firma-firma kecil pemprosesan makanan dalam bidang pemasaran. MARDI pula memainkan peranannya dalam pembangunan produk dan SMIDEC pula menyediakan pelbagai perkhidmatan seperti khidamt nasihat, bantuan kewangan dan bantuan teknologi kepada firma-firma yang perlu. Sementara itu JAKIM pula bertindak sebagai satu agensi yang bertanggungjawab keatas kawalan kehalalan dan kualiti produk makanan. Kesemua usaha yang dilakukan oleh agensi-agensi ini telah mengukuhkan asas perkembangan industri pemprosesan makanan halal, khasnya bagi usahawan-usahawan firma kecil dan sederhana.

### 4. Pengiktirafan Logo Halal

JAKIM juga telah dipilih sebagai sebuah badan yang mengeluarkan logo yang mengiktiraf tanda halal Malaysia

dimana tiada badan seumpama ini dimana-mana negara di dunia. Hasrat kerajaan juga menjadikan JAKIM sebagai 'Global Competent Islamic Authority'. Prosedur pemberian tanda halal JAKIM telah dianggap masih yang terbaik di rantau ini. Tanda halal JAKIM telah mendapat pengiktirafan dunia terutamanya di Kesatuan Eropah US dan Australia.

#### 5. Pengiktirafan Antarabangsa sebagai Negara Islam

Malaysia amat dikenali dengan negara yang praktikal mengamalkan Islam disamping menjadi rakan OIC. Kelebihan ini boleh meningkatkan keyakinan dunia terhadap barangan Halal Malaysia berbanding negara yang menjadi pengeluar makanan dunia tetapi tidak reputasi Islam samada dari segi kerajaan, penduduk Islam dan pengamalannya.

#### 6. Malaysia Sebagai Hub Halal Dunia

Malaysia telah dikategorikan sebagai satu daripada lima pengedar terbaik makanan halal dunia di *International Market Bureau, Agriculture and Agri-food* di Kanada, 2002. Usaha ini boleh dicapai melalui kerjasama yang rapat antara agensi kerajaan dan pihak swasta khususnya IKS.

#### 7. Kerjasama di Peringkat Asean

Pada masa yang sama kerjasama juga dibuat di peringkat ASEAN dengan menubuhkan segitiga IMT (Indonesia-Malaysia-Thailand), BIM (Brunei-Indonesia-Malaysia) dan IMS (Indonesia-Malaysia-Singapura). Kerjasama ini boleh difokuskan dalam bidang makanan halal. Indonesia boleh membekalkan tenaga

kerja dan bahan mentah yang diperlukan dalam industri ini.

#### 8. Pada Julai 2004, Kerajaan juga telah Mensyaratkan Malaysia Standard (MS 1500).

Merupakan panduan umum berkenaan Pengeluaran, Penyediaan, Pengelesen dan Penyimpanan Makanan Halal yang pada masa yang sama setanding dengan *Good Manufacturing Practises* (GMP) dan *Good Hygenic Practises* (GHP). Standard ini merupakan langkah awal kerajaan sebelum pergi lebih jauh memastikan semua barangan halal tempatan boleh dieksport keluar negara dengan standard *Hazard Analysis Critical Control Points* (HACCP). Logo halal Malaysia juga akan diusahakan mewakili secara tersirat semua standard kesihatan dan keselamatan produk.

### RUMUSAN DAN IMPLIKASI DASAR

1. Industri makanan halal mempunyai prospek yang besar memandangkan pertambahan penduduk Muslim yang pesat serta tren kepenggunaan yang lebih peka kepada aspek halal dan suci dalam makanan.
2. Negara-negara ASEAN sedang giat berusaha untuk menjadikan negara masing-masing sebagai hub makanan halal di rantau ini. Di atas kesedaran ini, IKS makanan halal Malaysia memainkan peranan yang penting bagi mencapai matlamat tersebut.
3. Kebanyakan firma IKS makanan halal masih menggunakan teknologi separa automatik (82%). Ini secara tidak langsung memberi kesan kepada

- pengeluaran output dan kualiti produk yang rendah. Keadaan ini juga menyebabkan permohonan HACCP dan pensijilan halal menjadi sukar untuk diperolehi.
4. Kajian juga menunjukkan sebahagian besar firma menghadapi masalah memperoleh bahan mentah sama ada tempatan dan import. Masalah ini memberi kesan negatif kepada proses pengeluaran firma.
  5. Sebanyak 45.3% firma tidak melakukan R&D disebabkan masalah kekurangan dana ketiadaan pekerja R&D. Di samping itu firma juga kekurangan pekerja ICT yang sangat diperlukan dalam era globalisasi.
  6. Kebanyakan firma tidak menghantar pekerja mengikuti latihan dalam bidang-bidang yang berkaitan. Lebih 70% firma tidak menyediakan latihan dalam bidang-bidang seperti pengu-urusan, ICT, keusahawanan dan kesihatan.

Bagi memastikan firma IKS makanan halal dapat terus bersaing di pasaran global, tindakan berikut perlu diberi perhatian:

1. Usahawan perlu memberi penekanan kepada aspek kepiawaian antara-bangsa seperti HACCP dan logo halal. Ini merupakan satu kekuatan dan nilai ditambah firma dalam konteks mempromosikan produk yang bersih, selamat dan berkualiti di pasaran global.
2. Usahawan perlu proaktif dari segi meningkatkan kualiti produk melalui R&D, mengeksploitasi peluang pasaran melalui teknologi maklumat

serta e-dagang dan membina jenama produk halal Malaysia.

3. Usahawan perlu mengujudkan budaya latihan di mana pekerja perlu dihantar untuk mengikuti latihan terutamanya berkaitan dengan ICT, amalan perkilangan yang baik (GMP) dan yang berkaitan dengan *hygiene*
4. Kerajaan perlu bersungguh-sungguh menggalakkan firma IKS menghantar pekerja menjalani latihan dengan sokongan dan insentif yang lebih menarik. Ini termasuklah menyediakan insentif cukai kepada aktiviti latihan, menambahkan dan menggerakkan tabung yang telah dibentuk dan bekerjasama dengan institusi latihan dan para akademik untuk memba-  
ngunkan program keusahawanan.

## KESIMPULAN

Hasil kajian secara keseluruhan menggambarkan bahawa sebahagian besar firma pemprosesan makanan halal IKS di Malaysia masih menghadapi masalah dalaman terutama dari segi penggunaan teknologi yang rendah, aktiviti R&D yang rendah, strategi pemasaran yang tidak terancang dan sumber manusia yang kurang berkemahiran. Masalah dalaman firma ini perlu diatasi secepat mungkin bagi membolehkan produk makanan halal Malaysia berdayasaing dan dapat menembusi pasaran global.

## RUJUKAN

Abdullah, Che Man, Abd. Rahman, Bojei & Mat Hashim. 2004. Global Opportunities and Potential market for Halal Food. Kertas Kerja Dibentangkan: *International Seminar on*

- Halal Food and Products: Challenges and Prospects in the Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Ahmad Hidayat Buang & Zalina Zakaria. 2004. Halal Food Industries in Malaysia: Some Assessment on the Adequacy of Regulatory and Supervisory Framework. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in the Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Ahmed Mahir, Jalani Sukaimi & Abdul Samat Musa. 2004. Development of halal Food-Biotechnology Perspective. Kertas Kerja Dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Ahmad Nadzer. 2003. Business Opportunities for Halal Food Production. Kertas kerja dibentangkan di *Seminar Halal: The Concept and Its Business Opportunities*, anjuran Dewan Perniagaan Melayu Malaysia, 6-7 Mac 2003, Pan Pacific Hotel, Kuala Lumpur
- Che Hassan Pahmi. 2004. Coordination and Standardisation of Halal Food Products in Malaysia. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in the Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Dina Imam Supaat, Abdul Ghafar & Nik Salida Suhaila Nik Saleh. 2004. Unlawful Use of Halal Sign, Mark and Label on Malaysia Food and Products: the Provision and Enforcement Action. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in the Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Faridah Shahadan. 1996. The Determinants of Technological Innovation Adoption among Bumiputera Small Scale Food Processing Industries in Malaysia, Ph.D Thesis, University of Sheffield
- Ismail A. 1990. Export Market Opportunities and Challenges in ASEAN (atas talian) <http://www.marketing-bulletin.massey.ac.nz>
- JAKIM. 2004. (atas talian) <http://www.islam.gov.my>
- Mahajar, Abdul Jumaat & Hashim, Mohd Khairuddin. 2001. Malaysian Management Review. Exporting Problems of Malaysian SMEs : A Recent Survey. 36 – 45.
- MUI. 2004. (atas talian) <http://www.indohalal.com>.
- MUIB. 2004. (atas talian) <http://www.muib.gov>
- MUIS. 2004. (atas talian) <http://www.muis.gov>
- Noriah Ramli. 2004. Legal and Administrative Control in Malaysia. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global*

- Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: the Free Press
- Rosly Othman & Suhaiza Hanim. 2004. The ISI 2020 Standardised Certification of Halal Food Products: Malaysian Food Manufactures Perceptions and Willingness to Adopt the Standards. Kertas kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Suhaiza Hanim, Mohamad Zailani, Norzalila & Mahmud Sabri. 2004. An Empirical Study of Consumer Intention to Purchase Halal Food Products in the Context of Malaysia. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- The Central Islamic Committee of Thailand. 2003. General Guidelines. Thailand: Department of Halal Affairs
- Wan Ibrahim & Asyraf. 2004. Knowledge on halal Food: Experiences of Food Industry Entrepreneur in Kelantan and Terengganu. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- World Statistic. 2004. CIA World Fact Book. (atas talian) <http://www.escapeartist.com/world/factbook.htm>
- Yaakob Che Man & Mariam Abdul Latif. 2002. Malaysia Sebagai Pusat Penge-luar Makanan Halal Dunia: Potensi dan Cabaran. Kertas kerja dibentangkan di *Seminar Peluang Perniagaan dalam Bidang Makanan Halal Peniaga-wati Malaysia*, Kuala Lumpur
- Yaakob Che man. 2004. Halal Food Processing: Issues and Reseach & Development Challenges. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia
- Zakaria Kamarudin. 2004. Prospects and Challenges for the Export of Malaysian Halal Products in the Global Market. Kertas Kerja dibentangkan: *International Seminar on Halal Food and Products: Challenges and Prospects in The Global Market*, 28-30 September 2004, Marriott Hotel, Putrajaya, Malaysia