

## R&D Dalam IKS Makanan Halal: Analisis Status Dan Masalah

Nor Aini Haji Idris

### ABSTRAK

*Pembangunan dan Penyelidikan (R&D) merupakan aktiviti penting yang perlu difokuskan oleh setiap pengusaha bagi memastikan produk yang dihasilkan bermutu tinggi dan mampu bersaing di pasaran global. Kepentingan ini menjadi lebih ketara bagi produk makanan memandangkan wujud persaingan sengit dalam industri ini dan pada waktu yang sama cita rasa pengguna pula sering berubah serta menuntut kepada produk makanan yang bermutu tinggi. Namun jika dibandingkan dengan industri besar, firma IKS kurang memberi penekanan terhadap R&D. Inovasi dalam produk dan proses jarang dilakukan. Ini adalah salah satu faktor yang menyebabkan IKS kurang berdaya saing berbanding industri besar. Memandangkan Malaysia sedang berusaha untuk muncul sebagai hab makanan halal dunia, aspek ini perlu diberi perhatian yang serius. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk melihat isu R &D dalam industri makanan halal dengan penekanan kepada aspek status dan masalah yang dihadapi. Perbincangan hasil kajian dibuat berasaskan kepada kajiselidik yang dilakukan terhadap 300 pengusaha yang terlibat dalam industri pemprosesan makanan halal. Sampel dipilih dari pelbagai jenis industri makanan yang berdaftar di bawah JAKIM. Skop kajian adalah negeri-negeri di Semenanjung sahaja. Hasil kajian mendapati hanya 54.7% sahaja daripada firma yang dikaji melakukan aktiviti R&D. Fenomena ini berlaku disebabkan oleh masalah dalaman dan luaran yang terpaksa dihadapi oleh pengusaha. Masalah dalaman lebih berkait dengan kedudukan kewangan dan sikap pengusaha. Manakala masalah luaran melibatkan perkembangan teknologi yang terlalu cepat, kos yang tinggi, peningkatan persaingan dan perubahan cita rasa pengguna.*

**Kata kunci:** Makanan halal, IKS, R&D

### Pengenalan

Industri pemprosesan makanan dilihat penting dalam konteks sumbangannya kepada pendapatan eksport dan pengurangan import makanan. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat menyebabkan permintaan domestik untuk makanan juga turut meningkat. Pada 1997, Kerajaan Malaysia terpaksa berbelanja sebanyak RM10 bilion untuk mengimport makanan. Kegawatan ekonomi yang berlaku memberi kesedaran kepada pihak kerajaan untuk memberi nafas baru kepada sektor pertanian. Matlamat ini termaktub dengan jelas dalam Dasar Pertanian Negara Ketiga (DPN3) yang mempunyai teras berikut: (1) untuk meningkatkan pengeluaran dan sekuriti makanan, (2) untuk meningkatkan produktiviti dan daya saing sektor pertanian, dan (3) untuk meningkatkan pelaburan swasta dan untuk memulihara dan menggunakan sumber secara mapan.

Kerajaan berazam untuk mengurangkan import barangan makanan terutama yang dapat dihasilkan dalam negeri secara ekonomi dan sesuai dengan iklim negara. Tidak semua barangan yang diimport sesuai ditanam secara ekonomi di negara kita. Jumlah modal dan kemudahan yang diperlukan bergantung kepada jenis tanaman dan juga kawasan yang akan dimajukan. Adalah dianggarkan seluas 15,000 hektar dikhaskan untuk pengeluaran 230,000 tan metrik sayur-sayuran setahun dan 30,000 hektar untuk mengeluarkan 150,000 tan metrik buah-buahan pelbagai jenis.

Pertumbuhan pesat ekonomi yang dialami oleh Malaysia dalam tempoh sebelum kegawatan telah meningkatkan taraf hidup penduduk dan sekali gus telah menukar corak penggunaan masyarakat. Peningkatan wanita dalam pasaran buruh juga memaksa mereka bergantung kepada makanan segera dan bentuk makanan yang lebih sofistikated. Sehubungan dengan ini, industri pemprosesan makanan perlu mampu memenuhi trend perubahan permintaan yang berlaku. Apabila Pelan Induk Perindustrian 1 (PIP1) dilancarkan pada 1986, industri pemprosesan makanan merupakan antara 12 industri yang telah dibangunkan dalam tempoh tersebut. Tumpuan

utama adalah untuk menggalakkan keupayaan teknologi dan penggunaan sepenuhnya sumber-sumber yang ada.

## Kajian Lepas

Fokus kajian mengenai industri pemprosesan makanan di Malaysia banyak dilakukan di bawah IKS. Ini adalah benar apabila kajian mendapati di negeri Selangor, sektor yang paling banyak diceburi oleh pengusaha IKS ialah sektor pengilangan makanan (11.2%), diikuti oleh sektor barang logam dibentuk dan barang elektronik dan elektrik (10.2%), pengilangan jentera (8.1%), barang plastik (7.0%), barang getah (6.6%), kimia dan barang kimia (6.6%), kertas, percetakan dan penerbitan (5.6%), kayu dan perabot (5.5%) (Sarimah, 1996). Terdapat 10 masalah asas yang dihadapi oleh IKS dan ianya dapat disusun mengikut urutan keutamaan seperti berikut: kewangan dan modal, pasaran, bekalan bahan mentah, tenaga buruh, peraturan kerajaan, perlesenan, teknikal, pengeluaran, pengurusan dan kawasan industri. Ini menunjukkan pemasaran merupakan masalah utama yang dihadapi oleh pengusaha IKS selepas modal (MITI, 1999).

Dalam melihat masalah dan prospek IKS di Malaysia, Ismail (1990) merumuskan faktor penting kejayaan IKS bergantung kepada keupayaan mengubahsuaikan pakej dan sistem bantuan kewangan supaya lebih spesifik kepada sektor ini dan juga bergantung kepada keupayaan meningkatkan taraf kemahiran pekerja, teknologi, kecekapan pengurusan dan pengetahuan pasaran. Mohd Ghazali dan Shaari (1988) cuba melihat aspek teknologi dan keupayaan pengurusan dalam IKS di Malaysia. Mereka dapati masalah pengurusan dihadapi oleh IKS dalam semua bidang termasuk kewangan, pembuatan dan pengurusan sumber manusia. Antara masalah tersebut termasuk jualan yang kurang, kekurangan tunai, keupayaan *plant* yang terhad dan penggunaan tidak sepenuhnya *plant* dan kerumitan dalam mendapatkan hak kakitangan.

Manakala Tasir (1991) dalam kajiannya mengenai teknologi dalam industri pemprosesan makanan merumuskan masalah utama yang dihadapi oleh industri yang dikaji ialah dari segi bahan mentah. Dalam kes kilang gula umpamanya usaha dilakukan untuk menggunakan bekalan tebu dalam negara tetapi disebabkan serangga dan penyakit, tebu yang ditanam tidak mempunyai gula yang banyak. Faridah (1996) lebih melihat kepada penglibatan Bumiputera dalam industri pemprosesan makanan. Beliau dapati pengusaha Bumiputera masih berhadapan dengan masalah persaingan, teknologi yang rendah, kekurangan modal dan tidak mampu meluaskan pasaran. Masalah yang dihadapi oleh Bumiputera yang terlibat dalam industri ini sama dengan masalah yang dihadapi oleh Bumiputera yang menceburi jenis IKS yang lain (Pazim & Nor Aini, 2000).

## Prospek Makanan Halal

Penduduk Islam di seluruh dunia kini dianggarkan berjumlah dua bilion. Taburan mengikut benua adalah seperti berikut, iaitu Asia, 805 juta, Timur Tengah, 210 juta, Afrika, 300 juta, Eropah, 18 juta dan Amerika Utara, 8 juta orang. Manakala jumlah penduduk Islam di Malaysia adalah 16 juta (Yaakob & Mariam, 2002). Walaupun kuasa beli setiap negara adalah berbeza, namun ia merupakan satu saiz pasaran yang besar. Produk halal meliputi makanan, perubatan, kosmetik tetapi yang paling penting adalah makanan. Pasaran dunia bagi makanan beku halal sahaja kini dianggarkan bernilai RM106 bilion, dengan kadar pertumbuhan kira-kira 4.3% setahun. Mengikut Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA), pasaran makanan beku halal akan meningkat kepada RM193 bilion menjelang 2010. Pada 1999, Malaysia telah mengeksport makanan beku halal bernilai RM2 bilion, iaitu peningkatan secara purata sebanyak 12.0% dari 1996 hingga 1999. Peningkatan tentang kesedaran di kalangan umat Islam di seluruh dunia untuk mematuhi hukum halal haram bagi produk yang digunakan meningkatkan lagi permintaan terhadap produk halal. Saiz pasaran produk halal dijangka semakin meningkat kerana penduduk Islam dianggarkan bertambah pada kadar 3.0% (Nor Aini et al., 2007).

Pasaran makanan halal dunia sekarang dianggarkan bernilai lebih dari RM300 bilion setahun. Ini merupakan satu peluang yang amat luas kepada mereka yang ingin menceburi sektor makanan halal. Menyedari akan potensi ini, kerajaan Malaysia telah membuat persediaan awal bagi memastikan peluang keemasan ini tidak dilepaskan begitu sahaja. Matlamat kerajaan adalah untuk

menjadikan Malaysia sebagai pusat makanan halal menjelang 2010. Melalui Jabatan Hal Ehwal Islam Malaysia (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.

Data menunjukkan pada 2000, jumlah penduduk Malaysia adalah 22 juta dan jumlah import makanan diproses adalah RM4.2 bilion. Setiap isi rumah berbelanja purata RM368 sebulan untuk makanan, iaitu 22.0% daripada jumlah purata perbelanjaan sebulan RM1631. Ini menunjukkan bahawa 4.91 juta isi rumah berbelanja sebanyak RM21.7 bilion setahun untuk makanan sahaja (Jabatan Statistik, 2000). Peningkatan jumlah penduduk Malaysia khususnya dan penduduk Islam dunia amnya secara langsung mewujudkan prospek yang baik untuk industri makanan halal. Pada waktu yang sama, pelaksanaan AFTA akan meluaskan lagi pasaran bagi produk ini dengan syarat aspek daya saing diberi perhatian dan tuntutan dan cabaran AFTA dapat dipenuhi.

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

- i. Peningkatan kesedaran mengenai kualiti, kesihatan dan makanan yang selamat.
- ii. Perubahan demografi.
- iii. Pengaruh dari pertumbuhan golongan menengah.
- iv. Amalan pembelian secara runcit.
- v. Perkembangan jenama dan label persendirian.
- vi. Gabungan dan kesatuan di kalangan pengusaha makanan global, dan
- vii. Perubahan dalam teknologi pembungkusan, persekitaran, pilihan pengguna, penyimpanan dan pembuangan.

### IKS Makanan Halal di Malaysia

Data 2002 juga menunjukkan terdapat sebanyak 9000 syarikat pemprosesan makanan halal di Malaysia. Daripada jumlah ini, 65.0 % adalah bersaiz kecil, 30.0 % bersaiz sederhana dan 5.0 % bersaiz besar (Zaharah, 2003). Syarikat makanan halal yang bersaiz besar sudah lama bertapak di negara ini. Antaranya termasuklah syarikat-syarikat Nestle, Ajinomoto, Mc Donald, Ayamas, Kart Food, Mas Catering dan sebagainya. Kesedaran tentang kepentingan makanan halal dan selamat, peningkatan kuasa beli Muslim, penggunaan produk halal oleh penduduk bukan Islam, komitmen kerajaan dan usaha untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat pemprosesan produk halal adalah di antara faktor yang boleh menggerakkan industri ini.

Mengikut Yaakob dan Mariam (2002), terdapat beberapa ciri trend produk makanan yang diperlukan oleh pengguna masa kini iaitu makanan halal, makanan tersedia, makanan terproses minimum, makanan berimej kesihatan, makanan etnik, makanan organik, makanan *reconstituted*, buah-buahan sejuk dan minuman. Bagi Malaysia, prospek untuk pengeluaran makanan nilai-tambah halal berasaskan daging agak cerah sama ada dari bahan ayam, daging, susu, telur atau itik. Makanan dingin beku mempunyai beberapa kategori yang boleh dimajukan iaitu makanan sedia dimakan, snek, ramuan makanan dan daging, produk daging, makanan laut serta sayur-sayuran. Malah kerajaan Malaysia dan Australia telah bersetuju untuk menjadikan Malaysia sebagai pusat pengeluaran dan pemprosesan makanan halal untuk pasaran eksport antarabangsa.

Dalam menghadapi persaingan pasaran global, kerajaan dalam RMK-8 berusaha untuk meluaskan pasaran ke negara lain bagi mendapatkan manfaat daripada skala ekonomi. Usaha pakatan strategik dan perkongsian bestari dengan syarikat asing akan dipupuk bagi menembusi pasaran baru serta memudahkan eksport barangan keluaran tempatan. Usaha-usaha akan diambil bagi mempromosi Malaysia sebagai *hab* pengedaran dan penggudangan serantau. Hasrat tersebut turut disokong oleh langkah-langkah berkesan yang memudahkan ke arah itu.

Langkah-langkah juga akan diambil bagi membangunkan Malaysia sebagai sebuah pusat makanan halal antarabangsa dengan menggunakan kelebihan daya saing negara dalam industri makanan halal. Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE) bertugas menggalakkan pengeluaran makanan di Malaysia merebut peluang yang ada dalam pasaran makanan halal dengan menyediakan maklumat pasaran dari aspek-aspek prospek serta peluang, peraturan

dan prosedur negara pengimport yang disampaikan melalui seminar MATRADE. Di samping itu, promosi eksport dilakukan menerusi penyertaan dalam perdagangan antarabangsa, penganjuran program misi pembelian dalaman dan menghubungkan pedagang asing kepada syarikat di Malaysia mengenai produk halal serta menyediakan kepada bakal pembeli mengenai profil pengeluaran Malaysia.

Kajian ini dilakukan di Semenanjung Malaysia menggunakan maklumat primer dan sekunder. Maklumat primer diperolehi melalui kaedah temu bual dan soalan selidik. Sebanyak 300 usahawan yang terlibat telah ditemu bual bagi menjawab satu set soalan selidik berkait dengan aktiviti pemprosesan makanan halal. Saiz sampel ini mewakili 10.0 peratus daripada jumlah firma yang tersenarai dalam rangka persampelan. Senarai pengusaha diperolehi dari JAKIM dan Pendaftaran Syarikat (ROC). Analisis dilakukan menggunakan kaedah statistik.

## Penemuan Kajian

Daripada 300 usahawan yang ditemu bual, 134 adalah di Selangor, 23 di Kelantan, 49 Kuala Lumpur, 5 di Kedah, 12 di Johor, 36 di Pulau Pinang dan 4 di Negeri Sembilan. Mereka terdiri daripada 46.3% Melayu, 48.0% Cina, 4.0% India dan 1.6% lain-lain bangsa. Majoriti responden berada dalam lingkungan umur 31-50 tahun iaitu umur yang produktif dari segi ekonomi. Daripada 204 usahawan lelaki dan 96 usahawan wanita, majoritinya sudah berkahwin iaitu 87.3%, manakala 11.0% bujang dan 1.7% janda. 36.3% responden dibesarkan di kampung dan 62.0% dibesarkan di bandar.

Dari segi pendidikan, penemuan yang menarik di sini ialah 51.7% mempunyai pendidikan peringkat diploma dan ijazah. Malah terdapat seorang usahawan yang mempunyai pendidikan Ph.D. Ini menunjukkan industri pemprosesan makanan halal menjadi tumpuan mereka yang berpendidikan tinggi. Terdapat tiga aliran yang menjadi tumpuan responden iaitu perdagangan (23.7%), sastera (13.0%) dan sains (31.7%). Selebihnya adalah dari aliran agama dan vokasional.

## Latar Belakang Perniagaan

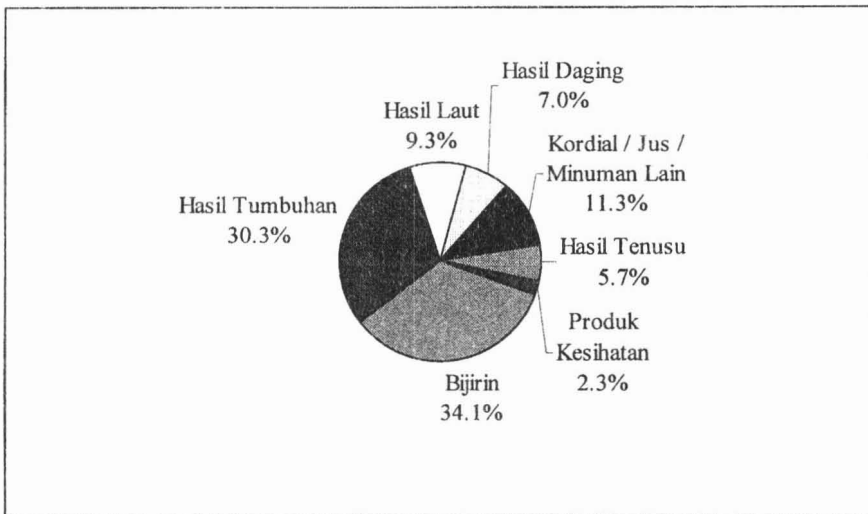
Daripada 300 usahawan yang ditemui, 62.5% memulakan perniagaan sekitar 1990-an. Selebihnya berniaga lebih awal lagi sama ada dalam bentuk pemilik tunggal, perkongsian atau syarikat sendirian berhad. Status tersebut dikekalkan hingga sekarang. Sebanyak 79.7% daripada premis yang ditemu bual terdiri sebagai syarikat bebas, 5.7% vendor dan selebihnya sama ada sebagai franchisee, francisor, syarikat anchor atau anak syarikat. Bagi anak syarikat, mereka bernaung di bawah syarikat-syarikat induk yang antaranya termasuk FAMA, YASMIN HOLDING SDN BHD, KFC Holding, Perbadanan Kemajuan Pertanian Selangor, Muslim Best Distributors, dan The Boots Co.

Keluaran utama syarikat dipaparkan dalam Rajah 1. Walaupun terdapat pelbagai kategori pengeluaran utama syarikat, tumpuan adalah kepada produk bijirin, hasil tumbuhan, kordial / jus / minuman lain. Terdapat juga syarikat yang mengeluarkan lebih daripada satu produk. Kebanyakan syarikat menggunakan sumber bahan mentah tempatan iaitu 35.0% menggunakan seratus peratus bahan tempatan, manakala jumlah syarikat yang menggunakan kurang dari separuh sumber tempatan hanyalah 16.3% sahaja. Walau bagaimanapun terdapat juga syarikat yang bergantung kepada sumber bahan mentah dari luar negara namun peratusannya agak kecil iaitu daripada 65.0% syarikat yang bergantung kepada sumber bahan mentah dari luar, hanya 2.3% sahaja yang mengimport seratus peratus bahan dari luar dan 46.2% menggunakan sama ada 50.0% atau kurang bahan mentah dari luar.

## Keupayaan Pemasaran

Oleh kerana Pertubuhan Perdagangan Dunia (WTO) telah dipersetujui oleh kebanyakan negara termasuk Malaysia, semua sekat perdagangan bukan tarif akan dimansuhkan dan industri tempatan di negara yang menjadi ahli WTO tidak lagi boleh dilindungi. Apabila AFTA dilaksanakan, peraturan ini juga turut dilaksanakan. Persaingan dalam bentuk *the best will win* ini

secara langsung akan meminggirkan usahawan IKS yang tidak mampu memenuhi tuntutan globalisasi.



Rajah 1: Taburan Pengusaha mengikut Keluaran Utama Syarikat (Sumber: Nor Aini et al., 2007)

Strategi pemasaran secara umumnya menekankan beberapa aspek utama termasuk pembangunan pemasaran, kualiti pengurusan pemasaran dan pengkhususan dalam keluaran (Morrison & Roth, 1992). Pengurusan pemasaran yang baik dicirikan oleh teknik pemasaran yang inovatif, pekerja pemasaran yang mahir dan saluran pengedaran yang baik. Justeru, strategi pemasaran yang inovatif harus dijadikan tuntutan utama yang perlu dipenuhi bagi menjamin kejayaan sesebuah firma atau syarikat. Manakala kualiti pengurusan pemasaran pula menggambarkan keluaran dan perkhidmatan adalah yang terbaik melebihi daripada apa yang dijangkakan oleh pengguna (Buzzel & Gale, 1987; Szymanski et al., 1993).

### Teknik pemasaran

Jualan secara borong kepada pengedar dan jualan secara langsung adalah dua teknik utama yang paling popular digunakan oleh syarikat pengeluar makanan. Angka untuk kedua kaedah pemasaran tersebut adalah 84.7%. Dua kaedah lain yang turut digunakan ialah jualan melalui syarikat anchor (25.7%) dan internet (6.7%). Penemuan ini menunjukkan bahawa teknik berdagang melalui internet tidak begitu diminati oleh pengusaha disebabkan oleh pelbagai alasan termasuk belum bersedia, kos terlalu tinggi, tidak sesuai dengan produk mereka, kurang modal dan pekerja ICT, tidak perlu, sudah memadai dengan cara promosi yang ada, tidak berkesan dan sudah ada pelanggan tetap.

### Pengiklanan produk

Persaingan dalam produk makanan adalah sengit. Bagi memastikan produk mereka diketahui oleh pengguna, pengusaha IKS makanan halal mengiklankan produk mereka melalui pelbagai cara. Kajian mendapati terdapat tiga bentuk iklan yang banyak diguna pakai iaitu teknik hubungan atau jaringan perniagaan (80.3%), mulut ke mulut (71.0%), pameran (49.0%) dan promosi di pusat membeli belah utama (41.7%).

## Keupayaan Teknologi

Penguasaan teknologi adalah salah satu faktor terpenting dalam menentukan keupayaan daya saing sesebuah industri (Porter, 1985). Mengikut Stewart (1978), teknologi merangkumi kemahiran, pengetahuan dan kaedah mengeluarkan serta menggunakan barangan. Secara umumnya, teknologi adalah satu siri teknik yang mengandungi alat-alat pengeluaran barangan dan perkhidmatan sama ada dalam bentuk penulisan maklumat, pengetahuan mesin, pemprosesan, kemahiran individu serta kebolehsesuaian proses pengeluaran kepada operasi asas dan keadaan pasaran. Apabila keadaan ini berubah atau bertambah baik maka ia dikenal sebagai perubahan atau kemajuan teknologi (Rahmah, 2000). Aspek-aspek pemasaran dan teknologi yang diamalkan oleh sesebuah firma adalah berkait rapat dengan aktiviti R&D yang dilakukan.

## Keupayaan Melakukan Aktiviti R&D

Salah satu isu yang sering diperkatakan ialah mengenai sikap kurang prihatin pengusaha IKS terhadap kepentingan aktiviti penyelidikan dan pembangunan (R&D). Dalam konteks pengeluaran makanan halal, aktiviti ini amat penting sekali memandangkan cita rasa pengguna yang sentiasa berubah. Melalui aktiviti R&D, pengusaha dapat meningkatkan kualiti produk dan menghasilkan pembungkusan yang menarik dan selamat. Kajian mendapati hanya 54.7% sahaja syarikat yang fokus kepada aktiviti R&D. Sebanyak 45.3 % pengusaha yang tidak menjalankan aktiviti R&D telah memberi beberapa alasan termasuk kos yang terlalu tinggi, belum sempat, tidak perlu, kurang tenaga mahir dan modal dan produk yang ada sudah disukai oleh pelanggan.

Daripada jumlah yang aktif dalam aktiviti R&D, sebahagian besarnya melakukannya dalam bentuk aktiviti *in-house* dan terdapat 15 syarikat yang menggunakan hasil R&D yang dilakukan oleh syarikat induk, 43 syarikat bekerjasama dengan institusi kerajaan dan institusi pengajian tinggi seperti MARDI, UPM, USM dan UiTM dan 40 syarikat bekerja sama dengan institusi penyelidikan swasta. Sumber dana utama aktiviti R&D adalah dari sumber sendiri. Hanya terdapat tiga syarikat yang menggunakan dana dari syarikat lain dan 26 syarikat memilikinya dari sumber kerajaan termasuk Industrial Grant Scheme (IGS), IRPA, MARDI dan SMIDEC. Kajian juga mendapati hanya 12.0% sahaja syarikat yang mendapat ISO iaitu ISO MS 9002, MS9000:2000 dan MS 9001: 2000. Firma yang melakukan aktiviti R&D mengakui keberkesanan aktiviti tersebut. Sebanyak 21.7% mengatakan bahawa aktiviti R&D yang dilakukan berjaya meningkatkan hasil jualan melebihi 10.0%. Di samping itu sebanyak 24.2% pengusaha mendapati aktiviti R&D juga menyumbang kepada pemindahan teknologi. Kerajaan telah menyediakan pelbagai insentif bagi firma melakukan R&D. Namun hanya 8.2% sahaja firma yang dikaji menerima insentif kerajaan tersebut. Kajian mendapati sebanyak 32.2% pengusaha tidak mengetahui tentang kewujudan insentif untuk R&D.

Kajian ini juga cuba mengenal pasti halangan-halangan dalaman dan luaran yang menghalang perkembangan aktiviti R&D di syarikat yang dikaji. Senarai halangan dalaman dan luaran tersebut dipaparkan dalam Jadual-Jadual 1 dan 2. Daripada Jadual 1, didapati terdapat lima halangan dalaman utama yang dihadapi oleh pengusaha iaitu kurang strategi R&D, kurang pekerja mahir, sumber kewangan yang terhad, penyelidikan pemasaran yang tidak mencukupi dan kurang infrastruktur R&D. Menghadapi masalah tersebut, 20.7% pengusaha cuba mengambil tindakan, manakala selebihnya tidak berbuat demikian kerana masalah kewangan dan kekurangan tenaga kerja. Antara langkah-langkah yang diambil termasuklah bekerjasama dengan institusi pengajian tinggi dan syarikat lain, berhubung dengan pihak MARDI, berusaha mendapatkan insentif dari kerajaan, menambah pekerja mahir dalam bidang R&D, meningkatkan sumber kewangan dan menubuhkan unit R&D di syarikat mereka.

Jadual 1: Taburan Pengusaha mengikut Masalah Dalaman yang Menghalang Perkembangan Aktiviti R&D (Sumber: Nor Aini et al., 2007)

Jenis masalah	Peratus
Kekurangan strategi R&D	36.7
Sumber kewangan yang terhad	49.0
Kekurangan tenaga kerja mahir	37.0
Tiada bidang tujahan	9.7
Kekurangan infrastruktur R&D	39.0
Tiada komitmen pihak pengurusan syarikat	7.3
Kekurangan penekanan kepentingan R&D untuk faedah jangka panjang	18.3
Kekurangan pengurusan dalam <i>know how</i>	13.3
Kekurangan teknik analitikal	34.3
Pemasaran penyelidikan yang tidak mencukupi	36.0

Daripada Jadual 2 dapat diperhatikan bahawa masalah luaran utama yang dihadapi oleh pengusaha makanan halal IKS ialah berkait dengan kos R&D yang terlalu tinggi, persaingan, peraturan yang rumit, perubahan teknologi dan cita rasa pengguna yang terlalu cepat berubah serta kurang insentif dari pihak kerajaan. Kajian mendapati sebanyak 19.7% pengusaha berusaha mengatasi masalah luaran ini dengan mengambil beberapa tindakan. Antaranya termasuk melalui perkongsian maklumat, berusaha mendapatkan dana, mewujudkan latihan *in house*, mengambil pakar R&D dan berusaha meningkatkan daya saing syarikat.

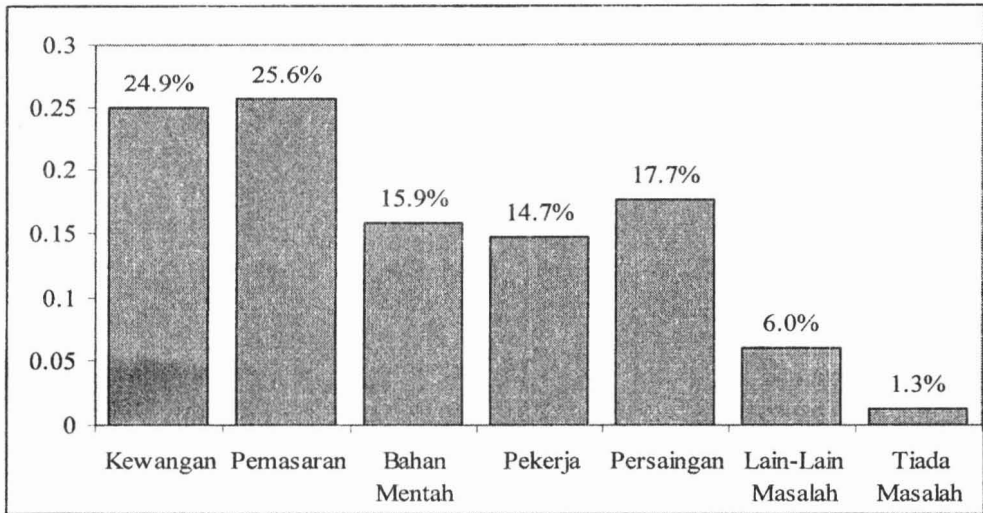
Jadual 2: Taburan Pengusaha mengikut Masalah Luaran yang Menghalang Perkembangan Aktiviti R&D (Sumber: Nor Aini et al., 2007)

Jenis masalah	Peratus
Perkembangan teknologi yang cepat	56.0
Perubahan citarasa pengguna yang pantas	53.7
Peningkatan persaingan	54.7
Peningkatan kos buruh	37.7
Peraturan kerajaan yang banyak dan rumit	46.3
Kekurangan insentif dari kerajaan	46.7
Peningkatan kos R&D	48.3
Kekuranga pakar R&D dalam bidang diperlukan	34.7
Kekurangan perkhidmatan pakar rujuk	27.3
Kekurang sokongan infrastruktur fizikal	31.7
Tiada jaminan perlindungan hak paten	28.3

Dalam menghadapi cabaran globalisasi, hanya syarikat yang mempunyai kedudukan kewangan sahaja mampu bersaing dan meluaskan operasi perniagaan mereka. Tahap pemilikan modal sesebuah syarikat menentukan corak pengoperasian berhubung dengan tingkat teknologi yang digunakan, teknik pemasaran dan membolehkan syarikat menjalankan aktiviti R&D serta melatih pekerja.

**Masalah Pengusaha IKS**

Rajah 2 memaparkan masalah utama yang dihadapi oleh pengusaha makanan halal. Terdapat tiga masalah serius yang dihadapi oleh mereka iaitu kewangan, pemasaran dan persaingan. Secara umumnya kesemua syarikat menghadapi masalah yang disenaraikan dalam jadual di bawah tetapi tahap keseriusan tersebut adalah berbeza. Memandangkan aktiviti R& D berkait rapat dengan kewangan syarikat, perbincangan hanya difokuskan kepada punca berlaku masalah masalah kewangan.



Rajah 2: Taburan Pengusaha mengikut Masalah Perniagaan (Sumber: Nor Aini et al., 2007)

**Punca Masalah Kewangan**

Terdapat empat faktor yang menimbulkan masalah kewangan dan faktor-faktor ini dianggap begitu serius dihadapi oleh pengusaha iaitu untuk mendapatkan bantuan kerajaan, mendapatkan pinjaman daripada institusi kewangan, untuk menyediakan modal sendiri dan masalah dalam cara pengurusan kewangan. Berdasarkan jenis masalah-masalah tersebut, sebanyak 35.3% responden mengatakan masalah untuk mendapatkan bantuan kerajaan adalah sangat serius, 39.0% untuk menyediakan modal sendiri, 22.7% sukar mendapatkan pinjaman daripada institusi dan 14.3% menghadapi masalah serius dalam cara pengurusan kewangan.

**Tindakan Pengusaha dalam Menghadapi Cabaran Globalisasi**

Jadual 3 memaparkan tindakan yang dilakukan oleh pengusaha dalam menghadapi cabaran globalisasi. Tindakan tersebut sebahagian besarnya berkait rapat dengan keperluan kepada aktiviti R&D. Contohnya usaha untuk membangunkan produk baru, memperbaiki pembungkusan dan jenama, memperbaiki kualiti produk dan mempelbagai produk hanya dapat dilakukan sekiranya firma melakukan aktiviti R&D dengan berkesan.



Jadual 3: Taburan Syarikat mengikut Tindakan yang diambil untuk Menghadapi Cabaran Globalisasi (Sumber: Nor Aini et al., 2007)

Tindakan	Peratus
Berusaha memperoleh ISO	23.0
Membangun produk baru	54.0
Memperluas aktiviti pemasaran	62.7
Mengadakan penyelidikan pasaran	39.7
Menggunakan IT	28.7
Membina jaringan	23.3
Berniaga melalui internet	15.0
Melatih pekerja dalam IT	18.0
Membaiki pembungkusan dan menentukan jenama	50.7
Mengurangkan kos	71.3
Meningkatkan kualiti produk	74.7
Mempelbagaikan produk	51.7
Berusaha mendapatkan logo halal peringkat Asean	19.7
Berusaha mendapatkan HACCP	17.7

## Rumusan

Kajian ini telah menemui beberapa rumusan penting berkait dengan industri IKS makanan halal di Malaysia:

- i. Majoriti pengusaha yang dikaji adalah berada dalam umur produktif dan sebanyak 50.0% responden berniaga kerana minat. Daripada 300 responden yang ditemu bual, 51.7% berpendidikan diploma dan ijazah dan 63.0% mempunyai saudara mara yang terlibat dalam perniagaan.
- ii. Aktiviti R&D adalah faktor penentu utama bagi produktivi buruh, modal dan peratus jualan. Firma yang melakukan R&D lebih produktif berbanding dengan firma yang tidak melakukan R&D.
- iii. Pada 2002, jumlah syarikat yang mengeksport produk mereka adalah sebanyak 42.7% sahaja terutama ke negara Asean. Namun kebanyakan pengusaha bercadang untuk meningkatkan lagi peratus eksport dalam tempoh tiga tahun akan datang dengan membuat pelbagai persediaan.
- iv. Aktiviti R&D dilakukan oleh 54.7% syarikat sahaja terutama dalam bentuk *in house*. Aktiviti ini berjaya meningkatkan hasil jualan dan menyumbang kepada pemindahan teknologi. Walaupun kerajaan telah menyediakan insentif untuk aktiviti R&D, namun hanya 8.2% firma sahaja yang menerimanya. Masalah kekurangan modal; kekurangan tenaga mahir dan kekurangan infrastruktur adalah antara faktor dalaman yang menyumbang kepada kekurangan aktiviti R&D (rujuk Jadual 1).
- v. Syarikat mereka dan pada waktu yang sama berusaha mengatasi kelemahan yang dihadapi berusaha memenuhi tuntutan AFTA terutama dari mendapatkan ISO dan HACCP. Ini selari dengan sikap dan persepsi positif yang ditunjukkan oleh mereka.

Berdasarkan penemuan kajian, pengkaji mendapati kebanyakan pengusaha makanan halal faham dengan cabaran yang mereka akan hadapi untuk berniaga di dalam pasaran global. Contohnya untuk memenuhi tuntutan AFTA terutama dari aspek daya saing telah dijadikan fokus utama para pengusaha. Walau bagaimanapun pengusaha IKS juga berhadapan dengan pelbagai masalah terutama dari segi kewangan, pemasaran dan persaingan dan kekurangan aktiviti R&D. Justeru, berapa cadangan dikemukakan bagi memperbaiki kelemahan dan masalah yang dihadapi

oleh pengusaha IKS makanan halal dalam menghadapi cabaran AFTA.

Penggunaan teknologi tinggi dapat menghasilkan produk yang berkualiti tinggi. Ini dapat memudahkan produk makanan halal dieksport ke luar negara. Kajian mendapati kebanyakan pengusaha IKS kurang menekankan aspek ini. Apa yang perlu dilakukan ialah pihak kerajaan negeri boleh membantu mewujudkan pusat pengeluaran dan pemasaran produk halal sebagaimana yang dilakukan oleh kerajaan negeri Selangor. Kerajaan Selangor telah memilih Pulau Indah, Pelabuhan Barat sebagai pusat makanan halal di bawah urusan Kumpulan Darul Ehsan Berhad (KDEB) dan Central Spectrum Sdn Bhd. Lokasi pusat ini begitu strategik kerana ianya terletak berdekatan Pelabuhan Klang yang menghubungkan 500 pelabuhan negara luar serta jaringan jalan raya yang baik. Menyebarkan maklumat mengenai insentif R&D yang disediakan oleh pihak kerajaan kepada pengusaha IKS adalah perlu kerana kajian mendapati ramai pengusaha yang ditemu bual tidak tahu akan kewujudan insentif ini.

## Kesimpulan

Peningkatan penduduk Islam dunia dan kesedaran mengenai kepentingan makanan yang sihat dan halal menjadi faktor penting yang mendorong kepada peningkatan terhadap produk makanan halal. Malaysia adalah antara negara yang mempunyai potensi besar untuk muncul sebagai pengeluar makanan halal dunia dan pelbagai usaha telah dilakukan oleh pihak kerajaan bagi memastikan matlamat tersebut dapat dicapai. Kelebihan negara dari segi pengiktirafan logo halal di peringkat dunia akan memudahkan proses pemasaran produk di peringkat antarabangsa. Namun kenyataan yang harus diterima ialah industri makanan halal mempunyai persaingan yang sengit dan perlu mengikut rentak perubahan cita rasa pengguna. Apabila logo halal peringkat Asean digunakan selari dengan pelaksanaan AFTA, negara tidak lagi mempunyai kelebihan dari segi logo halal tersebut apabila semua produk dari Asean diiktiraf pada peringkat dunia. Jadi faktor penentu persaingan kini ialah produk yang berkualiti tinggi yang dapat dipersembahkan melalui pembungkusan yang menarik dengan harga yang berpatutan akan mendapat tempat dalam pasaran global.

## Rujukan

- Buzzel, R., & Gale, B. (1987). *The PIMS principles: Linking strategy to performance*. New York: The Free Press.
- Faridah Shahadan. (1996). *The determinants of technology Innovation adoption among Bumiputera food processing small scale firms*. Tesis PhD, United Kingdom: University of Sheffield.
- Ismail, M.S. (1990). *Small and medium scale industrialisation: Problems and prospect*. Kuala Lumpur: Institut of Strategic and International Studies (ISIS).
- Jabatan Statistik. (2000). *Population housing census report*. Kuala Lumpur: Jabatan Statistik.
- MITI. (1999). *Laporan Kementerian Perdagangan dan Perindustrian*. Kuala Lumpur: Jabatan Statistik.
- Mohd. Ghazali, M., & Shaari, A.H. (1988). *Small and medium scale enterprises in Malaysia: Technological and managerial capacity*. Universiti Pertanian Malaysia: Small Business Development Center.
- Morrison, A., & Roth, K. (1992). A taxonomy of business level strategies in global industries. *Strategic Management Journal*, 13 (6), 399-418.

- Nor Aini Haji Idris, Faridah Shahadan, Norlaila Abu Bakar, Mohd Ali Mohd Noor & Ab. Razak Dan. (2007). *Malaysia ke arah hab makanan halal dunia*. Kuala Lumpur: Penerbit UKM.
- Pazim Othman & Nor Aini Haji Idris. (2000, April 6-8). *Industri kecil dan sederhana di Selangor: Strategi ke arah peningkatan prestasi di abad ke- 21*. Kertas kerja dibentangkan di Kongres Abad ke-21: Prospek Pencapaian Selangor Maju Berpaksikan Tonggak 10, Genting Highland.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive advantage, creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press.
- Rahmah, I. (2000). Kemajuan teknologi dan pembangunan. Dalam H.I. Nor Aini & Ab. Razak (Pnyt.), *Teori pertumbuhan dan pembangunan ekonomi* (m.s.125-45). Bangi: Penerbit UKM.
- Sarimah, R. (Pnyt). (1996). *Pengamatan pembangunan IKS Selangor*. Kuala Lumpur: Institut Perkembangan Minda (INMIND).
- Stewart, F. (1978). *Technology and under-development*. London: Macmillan
- Szymanski, D., Bharawaj, S., & Vadarajam, P. (1993). Standardization versus adaptation of international market strategy: An empirical investigation. *Journal of Marketing*, 57 (Oktober), 1-17.
- Tasir, A. (1991). *Technology improvement efforts in firms operating in the food processing*. Tesis PhD. United Kingdom: University of Manchester.
- Yaakob, C.M., & Mariam, A.L. (2002, September 21). *Malaysia sebagai pusat pengeluar makanan halal dunia: Potensi dan cabaran*. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Peluang Perniagaan dalam Bidang Makanan Halal Peniagaawati Malaysia, Kuala Lumpur.
- Zaharah, W. (2003, Mac 6-7). *The integration of HACCP with ISO 9001: 2000*. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Halal: The Concept and Its Business Opportunities, Kuala Lumpur.
- Zainal, A.A.K. (2003, Mac 6-7). *Market, potential and challenges for the halal food industries*. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Halal: The Concept and Its Business Opportunities, Kuala Lumpur.