

KANDUNGAN BDC

INDUSTRI BERPOTENSI

0. Gambar Belimbing



Di Malaysia belimbing besi yang menjadi tumpuan terdapat dua jenis iaitu B17 (Belimbing madu) dan B10 (Belimbing besi). Varieti B17 lebih tertumpu bagi pasaran tempatan manakala B10 pula mendapat sambutan yang mengalakkan di pasaran antarabangsa.

a) **Scientific name**

Averrhoa Carambola L

b) **Common name**

Belimbing Besi, Carambola dan Starfruit.

c) **Kegunaan dan Potensi**

Kebiasaannya, buah belimbing dimakan segar. Sebahagiannya diproses dan dijadikan pelbagai jenis produk seperti minuman segar serta kordial, jem, gula-gula buah, sos buah, buah kering, campuran hirisan buah di dalam sirap atau jus, halwa dan sebagainya.

I. Pengenalan

Salah satu buah - buahan yang sedang meningkat popular di pasaran tempatan amnya dan di pasaran antarabangsa khasnya ialah belimbing. Kebiasaannya, belimbing atau dikenali carambola di pasaran antarabangsa dihidang segar sebagai pencuci mulut atau pun digunakan dalam penyediaan salad. Di Malaysia sebanyak 19 klon telah didaftarkan oleh Jabatan Pertanian. Walaubagaimanapun hanya klon B10, B17 dan B2 banyak ditanam oleh petani. B10 ditanam untuk pasaran eksport terutama ke Eropah manakala B17 mendapat pasaran baik untuk tempatan dan luar negara terutamanya Singapura. Sebaliknya bagi klon B2 adalah untuk pokok pendebungaan.

Malaysia merupakan pengeksport yang terbesar buah belimbing dunia. Kini Malaysia telah berjaya menggunakan buah belimbing sebagai peneroka pasaran Eropah Barat sejak tahun 1989. Namun begitu belimbing terkenal untuk hiasan makanan sahaja dan bukannya sebagai makanan segar. Data eksport ke Eropah Barat menunjukkan bahawa pasaran telah mencapai tahap memuaskan iaitu kuantiti eksport pada tahun 1991 hanyalah 2,723 metrik tan tetapi terdapat peningkatan dalam eksport ke paras 8,745 metrik tan (tahun 2000) dan 9182.39 metrik tan pada tahun 2001. Ini menunjukkan wujudnya potensi yang luas bagi pasaran buah belimbing ke luar negara. Oleh itu pasaran baru perlu diterokai selain daripada pasaran Eropah, Singapura dan Hong Kong.

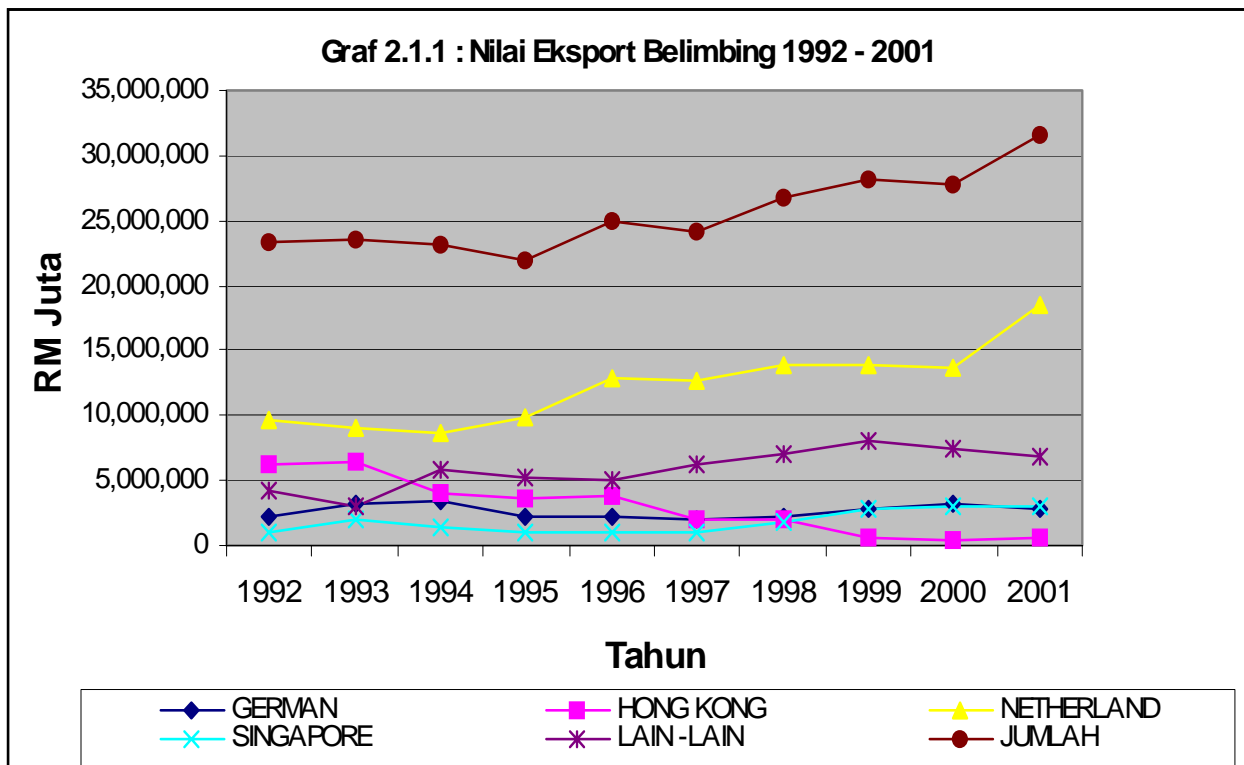
2.0 Tinjauan Pasaran

2.1 Pengenalan

Sebelum tahun 1999, belimbing adalah komoditi ke 4 terpenting selepas betik, tembikai dan durian dengan nilai eksport antara RM20 – 30 juta. Pada tahun 2001, nilai eksport belimbing adalah RM31 juta .

Malaysia merupakan pengeluar utama buah belimbing di pasaran dunia. Pasaran utama eksport belimbing ialah Belanda, German, Singapura dan Hong Kong. Pasaran buah belimbing yang luas di luar negara ini amat menggalakkan prestasi eksport negara.

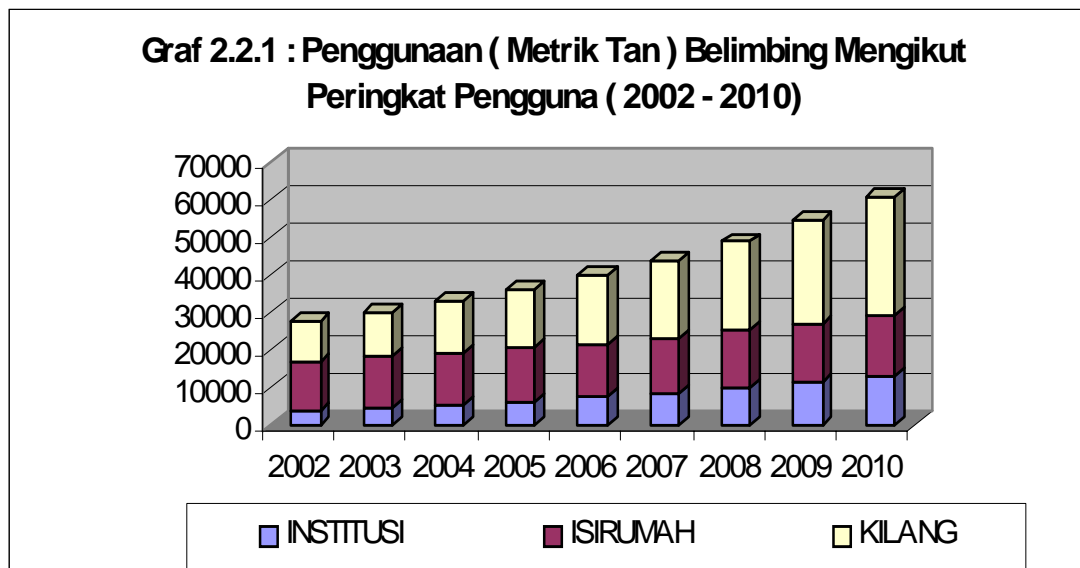
Negara Netherland merupakan negara destinasi eksport utama negara dengan nilai eksport RM18.4 juta pada tahun 2001. Pasaran ini terus berkembang dengan pertumbuhan purata tahun 8% setahun. Pasaran Singapura pula menunjukkan kadar pertumbuhan purata tahunan yang tinggi dengan catatan 19% diikuti lain-lain negara, Netherland dan Jerman dengan masing-masing mencatatkan 10%, 8% dan 5% purata pertumbuhan (Graf 2.1.1). Secara keseluruhan, purata pertumbuhan eksport belimbing negara adalah 4% setahun sepanjang tempoh tahun 1992 – 2001.



Sumber : FAMA 2001.

2.2 Permintaan

Sememangnya pengguna yang signifikan digolongkan kepada 3 bahagian. Pengguna tempatan yang terbesar adalah isirumah, diikuti kilang dan institusi. Penggunaan belimbing bagi isirumah pada tahun 2002 ialah 12,961 metrik tan dan dijangkakan akan meningkat sehingga 15,920 metrik tan berikutan pemakanan untuk kesihatan iaitu di percayai dapat mengurangkan sakit darah tinggi. Manakala permintaan institusi yang menggunakan buah belimbing untuk hiasan / garnishing, pembasuh mulut dan juga jus adalah paling minima iaitu 4,338 metrik tan dan dijangkakan akan meningkat sehingga 13,287 metrik tan. Manakala pasaran kilang pula menggunakan buah belimbing untuk membuat jus dan keropok / *chips* iaitu 10,199 metrik tan dan dijangkakan akan meningkat sehingga 31,205 metrik tan. Graf 2.2.1 menunjukkan penggunaan belimbing dari tahun 2002 hingga 2010 mengikut kumpulan pengguna utama di Malaysia.



Sumber : FAMA 2002.

Jadual 2.2.2 : Jangkaan Penggunaan (Metrik Tan) Belimbing Mengikut Kategori Pengguna Di Malaysia 2002 - 2010.

PERINGKAT	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	JUMLAH
INSTITUSI	4338	4991	5741	6604	7595	8733	10043	11554	13287	72886
ISIRUMAH	12961	13299	13648	14001	14365	14740	15122	15517	15920	129573
KILANG	10199	11730	13489	15512	17840	20516	23595	27134	31205	171220
JUMLAH	27498	30020	32878	36117	39800	43989	48760	54205	60412	373679

Sumber : FAMA 2002.

Penggunaan buah belimbing mengalami kenaikan perkapita sebanyak 6 kali ganda pada tahun 2001 iaitu 1.170 kg/orang/tahun berbanding pada tahun 1985 iaitu 0.173 kg/orang/tahun. Graf 2.2.3 menunjukkan penggunaan perkapita buah - buahan mengikut jenis. Menerusi jadual didapati tren penggunaan buah belimbing dijangkakan akan meningkat sehingga 1.416 kg/orang/tahun pada tahun 2005. Disokong dengan pertumbuhan penduduk dan promosi yang hebat tentang komoditi buah belimbing berkenaan kepelbagaian penggunaan buah tersebut dijangkakan buah belimbing akan mendapat permintaan yang luas daripada masyarakat tempatan mahupun antarabangsa. Potensi buah belimbing dalam industri hiliran juga akan berkembang dengan wujudnya inovasi baru terhadap komoditi belimbing ini.

Graf 2.2.3 : Jangkaan Penggunaan Perkapita Belimbing Mengikut Jenis 1985 - 2005(kg/orang/tahun).

Buah- Buahan	1985	1988	1991	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Belimbing Besi	0.173	0.392	0.540	1.108	1.170	1.231	1.293	1.354	1.416

Sumber : FAMA 2001

2.3 Penawaran

Di Malaysia terdapat empat negeri yang merupakan kawasan utama pengeluaran buah belimbing. Antaranya negeri Johor, Melaka, Pulau Pinang dan Selangor. Pada tahun 2000, jumlah pengeluaran buah belimbing paling tinggi di Selangor sebanyak 2,336 metrik tan dengan keluasan 98.3 hektar. Manakala di Johor dengan keluasan 235.1 hektar paling tinggi hanya mengeluarkan hasil belimbing sebanyak 1,963.6 metrik tan.

Graf 2.3.1 : Jumlah Keluasan (hektar) dan Pengeluaran Belimbing (metrik tan) Tahun 2000 di Malaysia.

Negeri	Keluasan (Hektar)	Pengeluaran (Metrik Tan)
Johor	235.1	1,963.6
Kedah	48.5	328.0
Kelantan	39.4	50.2
Melaka	46.0	1,146.0
Negeri Sembilan	77.0	387.9
Pahang	69.4	358.2
Pulau Pinang	54.0	1,077.1
Perak	55.2	42.8
Perlis	12.6	482.0
Selangor	98.3	2,336.0
Terengganu	16.9	399.8

Sumber : Jabatan Pertanian 2000.

Hampir 98% daripada hasil pengeluaran buah belimbing dieksport, manakala 2% adalah untuk pasaran tempatan. Fenomena ini menunjukkan potensi pengeluaran belimbing yang tinggi di pasaran antarabangsa.

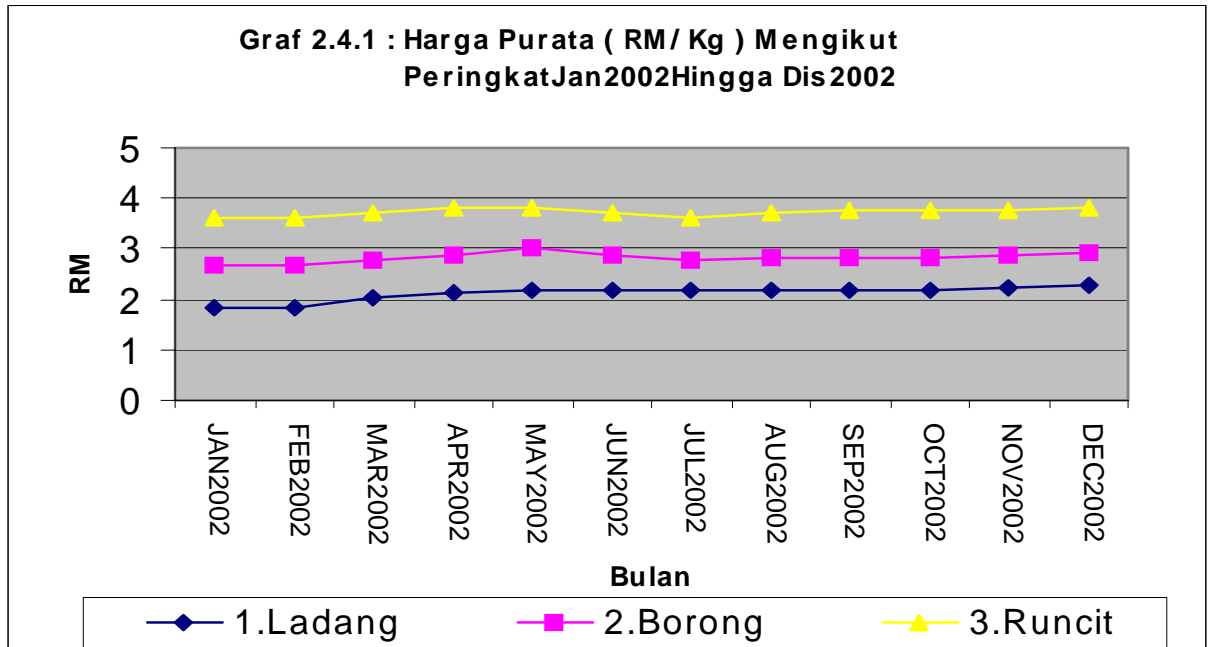
Jadual 2.3.2 Saiz Pasaran Belimbing Pengeluaran dan Permintaan Pasaran 2001 Di Malaysia

	MT	%
Pengeluaran	9370	100
Eksport	9182.39	98
(-) Import	0	0
Pasaran Tempatan	188	2

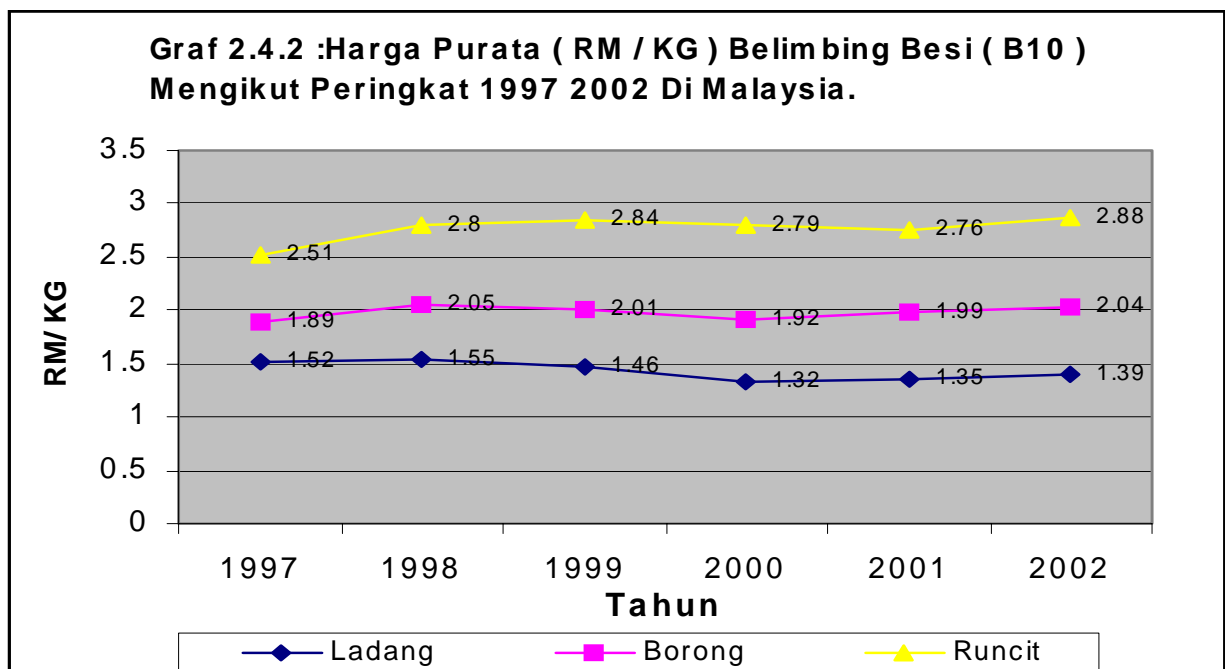
Sumber : Jabatan Pertanian, Jabatan Perangkaan 2001.

2.4 Harga

Tren harga purata belimbing di sepanjang tahun 2002 mengikut kategori peringkat iaitu peringkat ladang, borong dan runcit adalah stabil. Harga runcit belimbing yang paling tinggi adalah pada bulan April dan Mei iaitu sekitar RM3.81 hingga RM3.83 per kg. Di peringkat borong pula kenaikan harga adalah pada bulan Mei dan Disember iaitu sekitar RM2.9 hingga RM3.01 per kg. Manakala di peringkat ladang pula kenaikan harga adalah pada bulan November dan Disember iaitu sekitar RM2.23 hingga RM2.27 per kg. Situasi ini berlaku disebabkan faktor musim seperti perayaan, cuti sekolah dan sebagainya. Graf 2.4.1 menunjukkan tren harga purata belimbing mengikut peringkat di Malaysia.



Sumber : FAMA 2002.



Sumber : FAMA 2002.

Menerusi jadual 2.4.2 di atas menunjukkan tren harga belimbing yang sentiasa mengalami kenaikan sepanjang tempoh 1997 hingga 2002. Situasi ini membuktikan wujudnya potensi permintaan yang semakin meningkat di pasaran domestik.

3. Faktor Kritikal Kejayaan

a) Pemasaran

Penggunaan kemajuan ICT seperti e - dagang, e - exchange dan sebagainya mempercepatkan sistem edaran maya dan kemudiannya diikuti dengan sistem pengedaran fizikal terhadap pasaran buah belimbing. Seiring dengan itu promosi tentang kebaikan amalan memakan buah - buahan terutama belimbing terhadap kesihatan . Penekanan terhadap penjenamaan Malaysia's Best yang melalui proses akreditasi dan sistem pengredan yang sistematik terhadap pengeluar belimbing untuk memenuhi kehendak pasaran dunia.

b) Produk

Belimbing Malaysia mempunyai beberapa klon yang utama antaranya ialah Klon B10, B17 (Belimbing Madu), B2 (MAHA). Klon B10 adalah klon yang banyak dieksport ke luar negara manakala klon B17 bertumpu di pasaran tempatan. B10 banyak dieksport ke Eropah kerana ia amat sesuai untuk dijadikan penghias di tepi minuman (garnishing) selain penggunaan untuk segar dan hiasa terdapat juga chip belimbing serta brandi yang mula dibangunkan.

c) Logistik

Sistem rangkaian pemasaran yang lancar samada di daratan, laut dan udara serta kemudahan infrastruktur lain seperti bilk sejuk mampu memasarkan belimbing dengan lebih mudah dan cepat.

d) Sumber Manusia

Perluasan pembangunan terhadap semua pihak yang terlibat dalam industri belimbing terutamanya golongan usahawan. Menerusi penglibatan golongan tersebut daripada peringkat pengeluaran, penyelidikan dan pembangunan dan pemasaran menjaminkan keberkesanan daya saing usahawan dalam industri tersebut.

4. Faedah-Faedah Pelaburan di Malaysia

a) Produk

Pelbagai kategori produk mengikut segmen pasaran merangkumi produk kualiti premium (pasaran luar negara), tengah dan rendah (pasaran tempatan) merangkumi produk segar dan proses (chips, jus, jem, jeruk dan perisa makanan). Bagi pasaran tempatan varieti B17 (segar dan jus) lebih meluas permintaan untuk tempatan berbanding varieti B10 lebih (segar) tertumpu pada pasaran luar negara.

b) Harga

Harga buah belimbing adalah kompetitif dan boleh bersaing di peringkat antarabangsa. Ini dilihat menerusi margin pasaran dalam negeri adalah RM1.47 dan margin pasaran eksport adalah RM10.28

c) Pemasaran

Mekanisma pemasaran seperti kontrak ladang, pajak, strategik alliances dengan hypermarket dan joint venture dengan pengusaha kilang amat digalakkan dilakukan oleh pengusaha dalam industri belimbing ini. Disamping itu untuk mengiatkan lagi pemasaran buah belimbing, penekanan terhadap promosi dan pengiklanan yang menitikberatkan soal 'market education /awareness' kepada pengguna Penggunaan penjenamaan Malaysia ' s Best yang melalui proses akreditasi dan sistem pengredan yang sistematik bagi menjamin keselamatan dan kualiti produk yang dihasilkan diiktiraf di peringkat antarabangsa.

d) Khidmat Sokongan

Kerajaan memberikan pelbagai kemudahan atau faedah kepada petani mengenai pinjaman melalui Bank Pertanian. Manakala bagi para pelabur yang berminat akan ditawarkan pelbagai insentif termasuk pengecualian cukai dan insentif bukan cukai. Di samping itu, Skim Akreditasi Tanaman

ladang dilaksanakan bagi memberi pengiktirafan kepada petani-petani yang mengeluarkan hasil yang selamat dan berkualiti.

5. Peluang Pelaburan di Malaysia

5.1 Khidmat Sokongan

a. Pengangkutan

Penyediaan lori-lori sejuk, kontena, cold chain dan sebagainya di ladang-ladang yang mengeluarkan belimbing diperlukan dalam meningkatkan jangka hayat komoditi ini.

b. Kemudahan lepas tuai

Kemudahan-kemudahan seperti bilik sejuk, pakej pembungkusan yang memenuhi kehendak pasaran luar negara juga penting dalam memasarkan komoditi ini di peringkat antarabangsa.

5.2 Pengeluaran

a. Pengeluar/pengusaha ladang

Bagi menampung permintaan belimbing yang kian bertambah, pengeluar/petani yang berminat diperlukan kerana kos yang rendah dan pulangan yang tinggi.

b. Penghasilan biji benih yang bermutu

Bagi penyelidik yang berjaya menghasilkan benih yang bermutu amat diharapkan agar dapat menghasilkan belimbing yang berkualiti tinggi.

c. Sistem kawalan serangga

Sistem kawalan serangga diperlukan untuk mengawal sebarang penyakit kepada belimbing.

5.4 Pengagihan

a. Broker kepada pemborong, pengeksport dan peruncit

Broker atau dikenali sebagai orang tengah perlu mempunyai jalinan dengan para petani supaya bekalan yang mencukupi dapat disalurkan kepada para pemborong, pengeksport dan peruncit. Ada beberapa pendekatan untuk memasarkan hasil dari ladang iaitu:

- ✓ Jualan terus ke pengguna (pasar tani)
- ✓ Jualan melalui pasar borong
- ✓ Jualan terus ke hypermarket
- ✓ Jualan secara kontrak ladang dan pajak
- ✓ Jualan melalui E-dagang
- ✓ Jualan terus kepada peruncit
- ✓ Jualan terus kepada pengeksport
- ✓ Jualan terus ke hotel/pasaran institusi
- ✓ Jualan terus kepada pengimport

5.5 Pemasaran Dan Penjualan

a. Pengeksport belimbing

Memandangkan Malaysia berada di kedudukan pertama dalam senarai pengeksport utama buah belimbing, maka peningkatan penglibatan pengeksport buah ini diperlukan. Situasi ini dapat meperluaskan lagi pasaran belimbing sedia ada ke pasaran baru.

6. Kos Dan Pulangan

Jumlah kos pengeluaran untuk 15 tahun dianggarkan RM 227,581.00

Berdasarkan kepada harga di ladang RM 1.00/kg IRR 43%

Nilai kini bersih 10% ialah RM 54,198.00 dan

Nisbah Faedah/Kos pada 10% ialah 1.45.