FAMA

Laporan Tahunan 2024

Annual Report





JUALAN agro madani



#famadihatirakyat







FAMA

Laporan Tahunan 2024

Annual Report





JUALAN agro madani



#famadihatirakyat







KANDUNGAN
CONTENTS

MAKLUMAT KORPORAT FAMA 1
FAMA CORPORATE INFORMATION

- **AHLI LEMBAGA PENGARAH FAMA** 3-6
  FAMA BOARD OF DIRECTORS
- **PENYATA TADBIR URUS FAMA** 8
  FAMA GOVERNANCE STATEMENT
- **LAPORAN KEHADIRAN AHLI-AHLI LEMBAGA PENGARAH FAMA 2024** 9
  ATTENDANCE REPORT OF FAMA BOARD MEMBERS 2024
- **JAWATANKUASA-JAWATANKUASA DI BAWAH LEMBAGA PENGARAH FAMA** 11-17
  COMMITTEES UNDER THE FAMA BOARD OF DIRECTORS
- **PENGURUSAN KANAN FAMA 2024** 19-21
  FAMA SENIOR MANAGEMENT 2024
- **STRUKTUR CARTA ORGANISASI FAMA 2024** 22-23
  FAMA ORGANISATIONAL STRUCTURE CHART 2024
- **ALAMAT IBU PEJABAT DAN PEJABAT FAMA NEGERI** 24-25
  ADDRESSES OF FAMA HEADQUARTERS AND STATE FAMA OFFICES
- **LATAR BELAKANG FAMA** 26
  BACKGROUND OF FAMA
- **VISI, MISI, OBJEKTIF** 28
  VISION, MISSION, OBJECTIVES
- **FUNGSI UTAMA DAN STRATEGI** 29
  MAIN FUNCTIONS AND STRATEGIES
- **PIAGAM PELANGGAN FAMA** 30
  FAMA CLIENT'S CHARTER
- **PERUTUSAN PENGERUSI FAMA** 32-34
  FAMA CHAIRMAN'S MESSAGE
- **SEKALUNG UCAPAN KETUA PENGARAH FAMA** 36-38
  MESSAGE FROM FAMA DIRECTOR-GENERAL

ARTIKEL KHAS FAMA 2024 39
FAMA SPECIAL ARTICLE 2024

- **PROGRAM JUALAN AGROMADANI (JAM)** 40-42
  AGROMADANI SALES PROGRAMME (JAM)
- **MAHA 2024 /** *MAHA 2024* 43-48

LAPORAN PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SUMBER DANA KERAJAAN PERSEKUTUAN 49
REPORT ON RECEIPTS AND USAGE OF FEDERAL GOVERNMENT FUND RESOURCES

LAPORAN KE ATAS GERAN BANTUAN KERAJAAN 50-53
REPORT ON GOVERNMENT AID GRANTS

LAPORAN PRESTASI FAMA TAHUN 2024 54
REPORT ON FAMA PERFORMANCE IN 2024

- **PEMBERDAYAAN EKOSISTEM PEMASARAN** 56-94
  EMPOWERING OF THE MARKETING ECOSYSTEM
- **PERLUASAN PENGGUNAAN INFRASTRUKTUR PEMASARAN** 95-112
  EXPANSION OF THE UTILISATION OF MARKETING INFRASTRUCTURE
- **PENDIGITALAN PEMASARAN AGROMAKANAN** 113-124
  DIGITALISATION OF AGRI-FOOD MARKETING
- **PENAWARAN KHIDMAT AKSES PEMASARAN** 125-134
  PROVISION OF MARKETING ACCESS SERVICES
- **PENGUKUHAN DAYA SAING USAHAWAN** 135-170
  STRENGTHENING ENTREPRENEURS COMPETITIVENESS
- **PEMERKASAAN DASAR DAN REGULASI PEMASARAN** 171-185
  STRENGTHENING OF MARKETING POLICIES AND REGULATIONS
- **PEMANTAPAN ANAK SYARIKAT** 186-192
  STRENGTHENING OF SUBSIDIARIES
- **TRANSFORMASI PENGURUSAN SECARA STRATEGIK** 193-224
  ENHANCING MANAGEMENT EFFECTIVENESS

KERATAN AKHBAR TAHUN 2024 225-237
NEWSPAPER CUTTINGS 2024

KALENDAR PERISTIWA FAMA TAHUN 2024 238-260
FAMA CALENDAR OF EVENTS 2024

LAPORAN DAN PENYATA KEWANGAN TAHUN 2024 261-262
REPORT AND FINANCIAL STATEMENTS YEAR 2024

SIJIL KETUA AUDIT NEGARA 263-304
AUDITOR GENERAL'S CERTIFICATE



01

MAKLUMAT KORPORAT FAMA

FAMA Corporate Information

AHLI LEMBAGA PENGARAH FAMA

FAMA Board of Directors

AHLI LEMBAGA PENGARAH FAMA
FAMA BOARD OF DIRECTORS



YBRS. TUAN HAJI AMINUDDIN BIN ZULKIPLI
Pengerusi FAMA
Chairman of FAMA
15/05/2023 - 14/05/2026



YBRS. ENCIK ABDUL RASHID BIN BAHRI
Ketua Pengarah FAMA
Director General of FAMA
01/08/2023 – 01/07/2026



YBRS. PUAN NOORHASLINDA BINTI HALID
Ahli Lembaga
Ketua Seksyen Bahagian Pengurusan Aset Awam
Kementerian Kewangan Malaysia
Board Member
Head of Public Asset Management Division
Ministry of Finance Malaysia
16/05/2022 – 15/05/2024



YBRS. ENCIK MOHD NAKHAFI BIN HASSAN
Ahli Lembaga
Ketua Seksyen Bahagian Cukai
(Jawatan semasa lantikan pada tahun 2024)
Kementerian Kewangan Malaysia
Board Member
Head of Section, Tax Division
(Position at time of appointment in 2024)
Ministry of Finance Malaysia
16/05/2024 – 15/05/2027



YBHG. DATO' HAIRIL YAHRI BIN YAACOB

Ahli Lembaga
Ketua Setiausaha Kementerian
Pelaburan, Perdagangan dan Industri
Board Member
Secretary General Ministry of
Investment, Trade and Industry
01/12/2023 – 30/11/2026



YBHG. DATUK BADRUL HISHAM BIN MOHD

Ahli Lembaga
Timbalan Ketua Setiausaha (Pembangunan)
Kementerian Pertanian dan
Keterjaminan Makanan
Board Member
Deputy Secretary-General (Development)
Ministry of Agriculture and Food Security
15/02/2023 – 31/12/2024



YBHG. DATO' NOR SAM BINTI ALWI

Ahli Lembaga
Ketua Pengarah
Jabatan Pertanian Malaysia
Board Member
Director General
Department of Agriculture Malaysia
01/10/2022 – 30/11/2026



YBHG. DATO' ABDUL HADI BIN OMAR

Ahli Lembaga
Timbalan Ketua Setiausaha
(Perancangan Strategik dan Pengurusan)
Kementerian Perladangan dan Komoditi
Board Member
Deputy Secretary-General
(Strategic Planning and Management)
Ministry of Plantations and Commodities
16/07/2023 – 15/07/2026



YBHG. DATUK DR. ZUNIKA BINTI MOHAMED
Ahli Lembaga
Timbalan Ketua Setiausaha (Dasar)
Kementerian Ekonomi
Board Member
Deputy Secretary-General (Policy)
Ministry of Economy
01/12/2023 – 30/11/2026

YBHG. DATO' AZULITA BINTI SALIM
Ahli Lembaga
Ketua Pengarah
Lembaga Pertubuhan Peladang
Director General
Farmers' Organization Board
01/07/2023 – 09/05/2024





YBRS. ENCIK NIK MOHD SHAHARIL BIN NIK MD HASHIM
Ahli Lembaga
Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
Lembaga Pertubuhan Peladang
Board Member
Deputy Director General (Operations)
Farmers' Organisation Board
16/08/2024 – 15/08/2027



YBRS. TUAN HAJI MOHD UNIT BIN HAJI A BAKAR
Ahli Lembaga
Board Member
15/05/2023 - 14/05/2026



YB. PUAN YOUNG SYEFURA BINTI OTHMAN
Ahli Lembaga
Board Member
15/05/2023 - 14/05/2026

YBRS. DR. MOHAMAD SOFEE BIN RAZAK
Ahli Lembaga
Board Member
15/05/2023 - 14/05/2026





YBRS. ENCIK JOHARI BIN YAZID
Ahli Lembaga
Board Member
15/11/2023 – 14/11/2026



YBRS. ENCIK MOHD FAIZUL BIN MOHD SALLEH
Ahli Lembaga
Board Member
15/11/2023 – 14/11/2026

PENYATA TADBIR URUS FAMA

FAMA Governance Statement

PENYATA TADBIR URUS FAMA
FAMA GOVERNANCE STATEMENT



Lembaga Pengarah FAMA menerima pakai Surat Pekeliling Am Bilangan 5 Tahun 2024 berkaitan garis panduan mengenai Pengurusan dan Tata Kelola Badan Berkanun Persekutuan berkuat kuasa pada tarikh Mesyuarat Lembaga Pengarah FAMA Kali Ke 286, Bil. 3/2024 bersidang iaitu pada 19 Julai 2024. Pematuhannya adalah perlu selagi mana ianya tidak bertentangan dengan akta tubuh FAMA iaitu Akta 141.

The FAMA Board of Directors has adopted General Circular Letter No. 5 of 2024 on the Guidelines for the Management and Governance of Federal Statutory Bodies, effective from the date of the 286th Meeting of the FAMA Board of Directors (Meeting No. 3/2024) held on 19 July 2024. The Guidelines shall be complied with insofar as they are not inconsistent with the provisions of the Federal Agricultural Marketing Authority Act 1965 (Act 141).

Pada tahun berakhir 31 Disember 2024, Lembaga Pengarah FAMA telah bersidang sebanyak enam kali. Berikut adalah maklumat mengenai mesyuarat tersebut:

During the year ended 31st December 2024, the FAMA Board of Directors met six times. The following is information about the meetings:

LAPORAN KEHADIRAN AHLI-AHLI LEMBAGA PENGARAH FAMA 2024

ATTENDANCE REPORT OF FAMA BOARD MEMBERS 2024

BIL. NO.	NAMA NAME	JAWATAN DESIGNATION	Kali Ke 284 Bil. 1/2024 284th No. 1/2024 27 Februari 2024 27th February 2024	Kali Ke 285 Bil. 2/2024 285th No. 2/2024 23 Mei 2024 23rd May 2024	Kali Ke 286 Bil. 3/2024 286th No. 3/2024 19 Julai 2024 19th July 2024	Khas Bil. 1/2024 Special No. 1/2024 23 September 2024 23rd September 2024	Kali Ke 287 Bil. 4/2024 287th No. 4/2024 7 November 2024 7th November 2024	Kali Ke 288 Bil.5/2024 288th No. 5/2024 19 Disember 2024 19th December 2024	Bilangan Kehadiran Number of Attendance
1	YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli	Pengerusi FAMA *FAMA Chairman*	●	●	●	●	●	●	6/6
2	YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri	Ketua Pengarah FAMA *FAMA Director General*	●	●	●	●	●	●	6/6
3	YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid	Ketua Seksyen Wang Awam II, MOF *Head of Public Money Section II, MOF*	●	Tamat Lantikan bermula 15 Mei 2024 *Appointment expires on 15 May 2024*					1/6
4	YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan	Ketua Seksyen Bahagian Cukai, MOF *Head of Tax Section, MOF*	Lantikan bermula 16 Mei 2024 *Appointment begins on 16 May 2024*	●	●	●	●	●	3/6
5	YBhg. Dato' Hairil Yahri bin Yaacob	Ketua Setiausaha, MITI *Chief Secretary, MITI*	●	●	●	●	●	●	3/6
6	YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd	Timbalan Ketua Setiausaha (Pembangunan), KPKM *Deputy Chief Secretary (Development), KPKM*	●	●	●	●	●	●	3/6
7	YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi	Ketua Pengarah, DOA *DOA Director General*	●	●	●	●	●	●	4/6
8	YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar	Timbalan Ketua Setiausaha (Perancangan Strategik dan Pengurusan), KPK *Deputy Chief Secretary (Admin and Strategic Planning Management), MPIC*	●	●	●	●	●	●	6/6
9	YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed	Timbalan Ketua Setiausaha (Dasar), KE *Deputy Chief Secretary (Policy), ME*	●	●	●	●	●	●	4/6
10	YBhg. Dato' Azulita binti Salim	Ketua Pengarah, LPP *LPP Director General*	●	Bersara 10 Mei 2024 *Retired on 10 May 2024*					1/6
11	YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim	Timbalan Ketua Pengarah (Operasi), LPP *Deputy Director General (Operations), LPP*	Lantikan bermula 16 Ogos 2024 *Appointment begins on 16 August 2024*			●	●	●	3/6
12	YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar	Ahli Lembaga Pengarah *Board Member*	●	●	●	●	●	●	6/6
13	YB. Puan Young Syefura binti Othman	Ahli Lembaga Pengarah *Board Member*	●	●	●	●	●	●	3/6
14	YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak	Ahli Lembaga Pengarah *Board Member*	●	●	●	●	●	●	6/6
15	YBrs. Encik Johari bin Yazid	Ahli Lembaga Pengarah *Board Member*	●	●	●	●	●	●	6/6
16	YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh	Ahli Lembaga Pengarah *Board Member*	●	●	●	●	●	●	6/6

● Hadir / *Attend*

● Tidak Hadir / *Not Present*

JAWATANKUASA-JAWATANKUASA DI BAWAH LEMBAGA PENGARAH FAMA

Committees Under the FAMA Board of Directors

JAWATANKUASA-JAWATANKUASA DI BAWAH LEMBAGA PENGARAH FAMA
COMMITTEES UNDER THE FAMA BOARD OF DIRECTORS

KEANGGOTAAN AHLI LEMBAGA PENGARAH FAMA DALAM JAWATANKUASA MESYUARAT FAMA

Lembaga Pengarah FAMA telah menubuhkan beberapa jawatankuasa mesyuarat untuk membantu dalam pelaksanaan tugas mengikut terma rujukan yang telah ditetapkan. Butiran keahlian dalam jawatankuasa mesyuarat adalah seperti berikut:

MEMBERSHIP OF FAMA BOARD OF DIRECTORS IN FAMA MEETING COMMITTEES

The FAMA board of directors has established several meeting committees to assist in the discharge of its duties in accordance with the prescribed terms of reference. The details of committee membership are as follows:

Jawatankuasa Tatatertib dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah/Timbalan Ketua Pengarah/Kumpulan Pengurusan Tertinggi/ Kumpulan Pengurusan dan Profesional

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Tuan Aminuddin bin Zulkipli

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Ketua Setiausaha
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM)
(Dilantik mulai 23/09/2024)
ii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iii. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/07/2019 – 09/05/2024)
iv. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Dilantik mulai 16/08/2024)

Disciplinary Committee for the Purpose of Dismissal or Demotion of the Director-General/Deputy Director-General/Senior Management Group/Management and Professional Group

Committee Chairman:

YBrs. Tuan Aminuddin bin Zulkipli

Committee Members:

i. YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Secretary-General
Ministry of Agriculture and Food Security
(Appointed with effect from 23/09/2024)
ii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iii. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/07/2019 – 09/05/2024)
iv. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Appointed with effect from 16/08/2024)

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah/Timbalan Ketua Pengarah/Kumpulan Pengurusan Tertinggi/ Kumpulan Pengurusan dan Profesional

Pengerusi Jawatankuasa:

YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
ii. YB Puan Young Syefura binti Othman
iii. YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh

Disciplinary Appeal Committee for the Purpose of Dismissal or Demotion of the Director-General/ Deputy-Director General/Senior Management Group/ Management and Professional Group

Committee Chairman:

YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu

Committee Members:

i. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
ii. YB Puan Young Syefura binti Othman
iii. YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh

Jawatankuasa Tatatertib BUKAN dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah/Timbalan Ketua Pengarah/Kumpulan Pengurusan Tertinggi

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Tuan Aminuddin bin Zulkipli

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Ketua Setiausaha
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM)
(Dilantik mulai 23/09/2024)
ii. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
iii. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar

Disciplinary Committee (NOT for the Purpose of Dismissal or Demotion) for the Director-General/ Deputy Director-General/Senior Management Group

Committee Chairman:

YBrs. Tuan Aminuddin bin Zulkipli

Committee Members:

i. YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Secretary-General
Ministry of Agriculture and Food Security
(Appointed with effect from 23/09/2024)
ii. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
iii. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib BUKAN dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Ketua Pengarah/ Timbalan Ketua Pengarah/Kumpulan Pengurusan Tertinggi

Pengerusi Jawatankuasa:

YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu

Ahli Jawatankuasa:

i. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid **(16/05/2020 – 22/05/2024)**
ii. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan **(Dilantik mulai 23/05/2024)**
iii. YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
iv. YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed

Disciplinary Appeal Committee (NOT for the Purpose of Dismissal or Demotion) for the Director-General/Deputy Director-General/Senior Management Group Committee

Chairman:

YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu

Committee Members:

i. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid **(16/05/2020 – 22/05/2024)**
ii. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan ***(Appointed with effect from 23/05/2024)***
iii. YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
iv. YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed

Jawatankuasa Tatatertib BUKAN dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Pengurusan dan Profesional

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Datuk Azah Hanim binti Ahmad
Timbalan Ketua Setiausaha (Dasar)
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
ii. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid **(16/05/2020 – 22/05/2024)**
iii. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan **(Dilantik mulai 23/05/2024)**
iv. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar

Disciplinary Committee (NOT for the Purpose of Dismissal or Demotion) for the Management and Professional Group

Committee Chairman:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Committee Members:

i. YBhg. Datuk Azah Hanim binti Ahmad
Deputy Secretary-General (Policy),
Ministry of Agriculture and Food Security
ii. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid **(16/05/2020 – 22/05/2024)**
iii. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan ***(Appointed with effect from 23/05/2024)***
iv. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib BUKAN dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Pengurusan dan Profesional

Pengerusi Jawatankuasa:

YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Ketua Setiausaha
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM)
(Dilantik mulai 23/09/2024)

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
ii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iii. YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak

Disciplinary Appeal Committee (NOT for the Purpose of Dismissal or Demotion) for the Management and Professional Group

Committee Chairman:

YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Secretary-General
Ministry of Agriculture and Food Security
(Appointed with effect from 23/09/2024)

Committee Members:

i. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
ii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iii. YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak

Jawatankuasa Tatatertib dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Ahli Jawatankuasa:

i. YBrs. Puan Norahiza binti Abdul Rahman
Setiausaha Bahagian Kanan (Pengurusan)
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
ii. YBrs. Encik Mohd Mazran bin Dato' Mohamad Mazlan
Penasihat Undang-Undang
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
iii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iv. YBrs. Encik Johari bin Yazid

Disciplinary Committee for the Purpose of Dismissal or Demotion for the Support Group

Committee Chairman:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Committee Members:

i. YBrs. Puan Norahiza binti Abdul Rahman
Senior Division Secretary (Management)
Ministry of Agriculture and Food Security
ii. YBrs. Encik Mohd Mazran bin Dato' Mohamad Mazlan
Legal Advisor
Ministry of Agriculture and Food Security
iii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iv. YBrs. Encik Johari bin Yazid

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan

Pengerusi Jawatankuasa:

YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Ketua Setiausaha
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM)
(Dilantik mulai 23/09/2024)

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed
ii. YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak
iii. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar

Disciplinary Appeal Committee for the Purpose of Dismissal or Demotion for the Support Group

Committee Chairman:

YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak
Secretary-General
Ministry of Agriculture and Food Security
(Appointed with effect from 23/09/2024)

Committee Members:

i. YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed
ii. YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak
iii. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar

Jawatankuasa Tatatertib BUKAN dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Encik Abd Rahman bin Mahmood
(09/10/2023 – 24/07/2024)
Timbalan Ketua Pengarah FAMA

YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
(Dilantik mulai 07/11/2024)
Timbalan Ketua Pengarah FAMA

Ahli Jawatankuasa:

i. YBrs. Puan Norahiza binti Abdul Rahman
Setiausaha Bahagian Kanan (Pengurusan)
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
ii. YBrs. Encik Mohd Mazran bin Dato' Mohamad Mazlan
Penasihat Undang-Undang
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
iii. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid
(16/05/2020 – 22/05/2024)
iv. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan
(Dilantik mulai 23/05/2024)
v. YBrs. Encik Johari bin Yazid

Disciplinary Committee (NOT for the Purpose of Dismissal or Demotion) for the Support Group

Committee Chairman:

YBrs. Encik Abd Rahman bin Mahmood
(09/10/2023 – 24/07/2024)
FAMA Deputy Director-General

YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
(Appointed with effect from 07/11/2024)
FAMA Deputy Director-General

Committee Members:

i. YBrs. Puan Norahiza binti Abdul Rahman
Senior Division Secretary (Management)
Ministry of Agriculture and Food Security
ii. YBrs. Encik Mohd Mazran bin Dato' Mohamad Mazlan
Legal Advisor
Ministry of Agriculture and Food Security
iii. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid
(16/05/2020 – 22/05/2024)
iv. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan
(Appointed with effect from 23/05/2024)
v. YBrs. Encik Johari bin Yazid

Jawatankuasa Rayuan Tatatertib BUKAN dengan Tujuan Buang Kerja atau Turun Pangkat bagi Kumpulan Sokongan

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Datuk Azah Hanim binti Ahmad
ii. Timbalan Ketua Setiausaha (Dasar)
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
iii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iv. YB Puan Young Syefura binti Othman

Disciplinary Appeal Committee (NOT for the Purpose of Dismissal or Demotion) for the Support Group

Committee Chairman:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Committee Members:

i. YBhg. Datuk Azah Hanim binti Ahmad
ii. Deputy Secretary-General (Policy)
Ministry of Agriculture and Food Security
iii. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
iv. YB Puan Young Syefura binti Othman

Jawatankuasa Perjawatan

Pengerusi Jawatankuasa:
YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Pengerusi Ganti:

Dipilih dikalangan Ahli Mesyuarat yang hadir

Ahli Jawatankuasa:

i. YBrs. Puan Norahiza binti Abdul Rahman
(Dilantik mulai 26/01/2024)
Setiausaha Bahagian Kanan (Pengurusan)
Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan
ii. YBrs. Cik Siti Khatijah binti Hamzah
Ketua Seksyen Pengurusan Aset -
Wakil Kementerian Kewangan
iii. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/07/2019 – 09/05/2024)
iv. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Dilantik mulai 16/08/2024)
v. YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak
vi. YBrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan
Timbalan Ketua Pengarah FAMA
vii. YBrs. Encik Abd Rahman bin Mahmood
Timbalan Ketua Pengarah FAMA
(22/08/2023 – 24/07/2024)
viii. YBrs. Encik Shahrizan bin Sudiman
Timbalan Ketua Pengarah FAMA
(Dilantik mulai 01/08/2024)

Personnel Committee

Committee Chairman:
YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Committee Chairman:

Elected from among the Members Present at the Meeting

Committee Members:

i. YBrs. Puan Norahiza binti Abdul Rahman
(Appointed with effect from 26/01/2024)
Senior Division Secretary (Management)
Ministry of Agriculture and Food Security
ii. YBrs. Cik Siti Khatijah binti Hamzah
Head of Asset Management Section –
Representative of the Ministry of Finance
iii. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/07/2019 – 09/05/2024)
iv. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Appointed with effect from 16/08/2024)
v. YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak
vi. YBrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan
FAMA Deputy Director-General
vii. YBrs. Encik Abd Rahman bin Mahmood
FAMA Deputy Director-General
(22/08/2023 – 24/07/2024)
viii. YBrs. Encik Shahrizan bin Sudiman
FAMA Deputy Director-General
(Appointed with effect from 01/08/2024)

Jawatankuasa Rayuan Kenaikan Pangkat

Pengerusi Jawatankuasa:

YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed

Pengerusi Ganti:

Dipilih dikalangan Ahli Mesyuarat yang hadir

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
ii. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar
iii. YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh
iv. YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
Timbalan Ketua Pengarah FAMA

Promotion Appeal Committee

Committee Chairman:

YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed

Alternate Chairman:

Elected from among the Members Present at the Meeting

Committee Members:

i. YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
ii. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar
iii. YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh
iv. YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
FAMA Deputy Director-General

Jawatankuasa Audit Lembaga

Pengerusi Jawatankuasa:

YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
(22/08/2023 – 25/11/2024)

YBrs. Encik Johari bin Yazid
(Dilantik mulai 26/11/2024)

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
ii. YB Puan Young Syefura binti Othman
iii. YBhg. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar
iv. YBrs. Encik Johari bin Yazid
(26/11/2024 – 25/11/2024)
v. YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh
(Dilantik mulai 26/11/2024)

Board Audit Committee

Committee Chairman:

YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
(22/08/2023 – 25/11/2024)

YBrs. Encik Johari bin Yazid
(Appointed with effect from 26/11/2024)

Committee Members:

i. YBhg Dato' Hairil Yahri bin Yaacob
ii. YB Puan Young Syefura binti Othman
iii. YBhg. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar
iv. YBrs. Encik Johari bin Yazid
(26/11/2024 – 25/11/2024)
v. YBrs. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh
(Appointed with effect from 26/11/2024)

Jawatankuasa Kewangan Lembaga

Pengerusi Jawatankuasa:
YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid
(16/05/2020 – 22/05/2024)
Wakil Kementerian Kewangan

YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan
(Dilantik mulai 23/05/2024)
Wakil Kementerian Kewangan

Pengerusi Ganti:
Wakil Lembaga Pertubuhan Peladang (LPP)

Ahli Jawatankuasa:

i. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/07/2019 – 09/05/2024)
ii. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Dilantik mulai 16/08/2024)
iii. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar
iv. YBrs. Encik Omar Sharafy bin Mohd Yussof
Pengarah Kanan **(Kewangan)**
v. YBrs. Puan Aidawaty binti Saleh
Pengarah Bahagian **(Kewangan)**
vi. YBrs. Puan Hasnawinee binti Mohd Nawi
Pengarah **(Kewangan)**

Board Finance Committee

Committee Chairman:
YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid
(16/05/2020 – 22/05/2024)
Representative of the Ministry of Finance

YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan
(Appointed with effect from 23/05/2024)
Representative of the Ministry of Finance

Alternate Chairman:
Representative of the Farmers' Organisation Authority (LPP)

Committee Members:

i. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/07/2019 – 09/05/2024)
ii. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Appointed with effect from 16/08/2024)
iii. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar
iv. YBrs. Encik Omar Sharafy bin Mohd Yussof
Senior Director ***(Finance)***
v. YBrs. Puan Aidawaty binti Saleh
Division Director ***(Finance)***
vi. YBrs. Puan Hasnawinee binti Mohd Nawi
Director ***(Finance)***

Jawatankuasa Perolehan Tender

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Pengerusi Ganti:

YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
Wakil Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (ALP)

Ahli Mesyuarat:

i. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid
(16/05/2020 – 22/05/2024)
ii. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan
(Dilantik mulai 23/05/2024)
iii. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar
iv. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
v. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar
(13/06/2023 – 22/05/2024)

Tender Procurement Committee

Committee Chairman:

YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

Alternate Chairman:

YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd
Representative of the Ministry of Agriculture and Food Security (ALP)

Members of the Meeting:

i. YBrs. Puan Noorhaslinda binti Halid
(16/05/2020 – 22/05/2024)
ii. YBrs. Encik Nakhafi bin Hassan
(Appointed with effect from 23/05/2024)
iii. YBhg. Dato' Abdul Hadi bin Omar
iv. YBhg. Dato' Nor Sam binti Alwi
v. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar
(13/06/2023 – 22/05/2024)

Jawatankuasa Pengurusan Risiko Lembaga

Pengerusi Jawatankuasa:

YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak

Pengerusi Ganti:

Wakil Lembaga Pengarah di kalangan Ahli Jawatankuasa

Ahli Mesyuarat:

i. YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed
ii. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/11/2023 – 09/05/2024)
iii. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Dilantik mulai 16/08/2024)

Board Risk Management Committee

Committee Chairman:

YBrs. Dr. Mohamad Sofee bin Razak

Alternate Chairman:

Board Representative from among the Committee Members

Members of the Meeting:

i. YBhg. Datuk Dr. Zunika binti Mohamed
ii. YBhg. Dato' Azulita binti Salim
(01/11/2023 – 09/05/2024)
iii. YBrs. Encik Nik Mohd Shaharil bin Nik Md Hashim
(Appointed with effect from 16/08/2024)

iv. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar
v. YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri
Ketua Pengarah
vi. YBrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan
Timbalan Ketua Pengarah (Khidmat Pengurusan)
vii. YBrs. Encik Abdul Rahman bin Mahmood
(01/11/2023 – 24/07/2025)
Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
viii. YBrs. Encik Shahrizan bin Sudiman
(Dilantik mulai 01/08/2024)
Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
ix. YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan)
x. YBrs. Encik Omar Sharafy bin Mohd Yussof
Pengarah Kanan (Kewangan)
xi. YBrs. Encik Muhamad Razis bin Samsu
Pengarah Kanan (Pentadbiran)
xii. YBrs. Dr. Shahiida binti Musa
Pengarah Kanan (Perancangan Strategik)
xiii. YBrs. Encik Badrul Hisham bin Sulaiman
(01/11/2023 – 27/02/2024)
Pengarah Bahagian (Audit Dalam)
xiv. YBrs. Puan Jamielatul Adawiyyah binti Jamani
Pengarah (Unit Integriti)
xv. YBrs. Puan Norhayati binti Maulud
Pegawai Undang-Undang (Regulatori)
xvi. YBrs. Puan Shibrah binti Mohd Radzi
Pegawai Ehwal Ekonomi (Unit Undang-Undang)
xvii. YBrs. Puan Norhafizah binti Hanzah
Pengarah (Teknologi Maklumat)

iv. YBrs. Tuan Haji Mohd Unit bin Haji A Bakar
v. YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri
Director-General
vi. YBrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan
Deputy Director-General (Management Services)
vii. YBrs. Encik Abdul Rahman bin Mahmood
(01/11/2023 – 24/07/2025)
Deputy Director-General (Operation)
viii. YBrs. Encik Shahrizan bin Sudiman
(Appointed with effect from 01/08/2024)
Deputy Director-General (Operation)
ix. YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
Deputy Director-General (Development)
x. YBrs. Encik Omar Sharafy bin Mohd Yussof
Senior Director (Finance)
xi. YBrs. Encik Muhamad Razis bin Samsu
Senior Director (Administration)
xii. YBrs. Dr. Shahiida binti Musa
Senior Director (Strategic Planning)
xiii. YBrs. Encik Badrul Hisham bin Sulaiman
(01/11/2023 – 27/02/2024)
Division Director (Internal Audit)
xiv. YBrs. Puan Jamielatul Adawiyyah binti Jamani
Director (Integrity Unit)
xv. YBrs. Puan Norhayati binti Maulud
Legal Officer (Regulatory)
xvi. YBrs. Puan Shibrah binti Mohd Radzi
Economic Affairs Officer (Legal Unit)
xvii. YBrs. Puan Norhafizah binti Hanzah
Director (Information Technology)

Jawatankuasa Strategik Pemasaran Agromakanan

Ahli Lembaga Pengarah

YBhg. Dato' Hairil Yahri bin Yaacob

Pengerusi Ganti:

Wakil Lembaga Pengarah di kalangan Ahli Jawatankuasa

Ahli Mesyuarat:

i. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh
ii. Encik Abdul Rashid bin Bahri
Ketua Pengarah
iii. Encik Shahrizan bin Sudiman
Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
iv. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan)
v. Encik Faizal bin Shabudin
Memangku Ketua Pegawai Eksekutif FAMA Corporation Sdn. Bhd.
vi. Puan Wan Nora binti Wan Ahmad
Pengarah Kanan (Industri Makanan dan Asas Tani)
vii. Puan Habibah binti Sulaiman
Pengarah Kanan (Galakan Pasaran)
viii. Encik Shahlan bin Kusaseh
Pengarah Bahagian (Perancangan Strategik)
ix. Encik Hairudin bin Yunos
Pengarah Bahagian (Pemasaran Segar)

Agro-Food Marketing Strategic Committee

Member of the Board of Directors

YBhg. Dato' Hairil Yahri bin Yaacob

Alternate Chairman:

Board Representative from among the Committee Members

Members of the Meeting:

i. Encik Mohd Faizul bin Mohd Salleh
ii. Encik Abdul Rashid bin Bahri
Director-General
iii. Encik Shahrizan bin Sudiman
Deputy Director-General (Operation)
iv. Encik Faisal Iswardi bin Ismail
Deputy Director-General (Development)
v. Encik Faizal bin Shabudin
Acting Chief Executive Officer of FAMA Corporation Sdn. Bhd.
vi. Puan Wan Nora binti Wan Ahmad
Senior Director (Food and Agro-Based Industry)
vii. Puan Habibah binti Sulaiman
Senior Director (Market Promotion)
viii. Encik Shahlan bin Kusaseh
Division Director (Strategic Planning)
ix. Encik Hairudin bin Yunos
Division Director (Fresh Marketing)

x. Encik Mohd Sharizan bin Mansor
Pengarah Bahagian
(Pembangunan Institusi Pemasaran)
xi. Puan Norasidah binti Idris
Pengarah Bahagian
(Pembangunan Kontrak Pemasaran)
xii. Encik Khalid bin Ibrahim
Setiausaha Bahagian,
Bahagian Pembangunan Perniagaan dan Pelaburan
Wakil Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM)
xiii. Puan Nor Hasnah binti Badroddin
Pengarah Kanan
Bahagian Hubungan Perdagangan dan Ekonomi Duahala
Wakil Kementerian Pelaburan, Perdagangan dan Industri (MITI)
xiv. Encik Badrul Hisham bin Halil
Pengurus Kanan
Bahagian Promosi Eksport dan Akses Pasaran
Wakil Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE)
xv. Tuan Haji Sharipuddin bin Mohd Halidi
Ketua Penolong Pengarah Kanan
Bahagian Biosekuriti Tumbuhan
Wakil Jabatan Pertanian

* **Jawatankuasa ini ditubuhkan melalui keputusan dalam Mesyuarat Lembaga Pengarah FAMA Kali Ke-285, Bil. 2/2024 yang telah bersidang pada 23 Mei 2024**

x. Encik Mohd Sharizan bin Mansor
Division Director
(Marketing Institution Development)
xi. Puan Norasidah binti Idris
Division Director
(Marketing Contract Development)
xii. Encik Khalid bin Ibrahim
Division Secretary,
Business and Investment Development Division
Representative of the Ministry of Agriculture and Food Security (MAFS)
xiii. Puan Nor Hasnah binti Badroddin
Senior Director,
Bilateral Trade and Economic Relations Division
Representative of the Ministry of Investment, Trade and Industry (MITI)
xiv. Encik Badrul Hisham bin Halil
Senior Manager
Export Promotion and Market Access Division
Representative of Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE)
xv. Tuan Haji Sharipuddin bin Mohd Halidi
Chief Senior Assistant Director,
Plant Biosecurity Division
Representative of the Department of Agriculture

* ***This committee was established pursuant to the decision of the 285th FAMA Board of Directors Meeting, No. 2/2024, held on 23 May 2024***

PENGURUSAN KANAN FAMA 2024

FAMA Senior Management 2024

PENGURUSAN KANAN FAMA 2024
FAMA SENIOR MANAGEMENT 2024



YBRS. ENCIK ABDUL RASHID BIN BAHRI
Ketua Pengarah FAMA
FAMA Director-General



YBRS. PUAN ROSILAWATI BINTI ABU HASSAN
Timbalan Ketua Pengarah (Khidmat Pengurusan)
Deputy Director-General (Management Services)



YBRS. ENCIK FAISAL ISWARDI BIN ISMAIL
Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan)
Deputy Director-General (Development)



YBRS. ENCIK SHAHRIZAN BIN SUDIMAN
Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
Deputy Director-General (Operation)



ENCIK MEOR ROSLAN BIN IDRIS
Pengarah Kanan Kejuruteraan
Senior Director Engineering



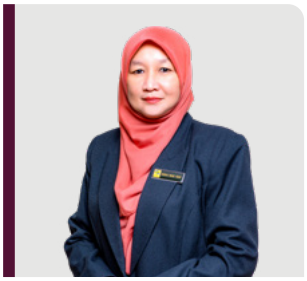
ENCIK OMAR SHARAFY BIN MOHD YUSSOF
Pengarah Kanan Kewangan
Senior Director Finance



PUAN WAN NORA BINTI WAN AHMAD
Pengarah Kanan Industri Makanan dan Asas Tani
Senior Director Food and Agro-Based Industry



PUAN INTAN SURAYA BINTI IBENI HAJAR
Pengarah Kanan
Pengurusan Sumber Manusia
Senior Director Human Resource Management



PUAN SURAYA BINTI MOHD YUSOF
Pengarah Kanan
Maklumat Pasaran
Senior Director Market Information



PUAN HABIBAH BINTI SULAIMAN
Pengarah Kanan
Galakan Pasaran
Senior Director Market Promotion



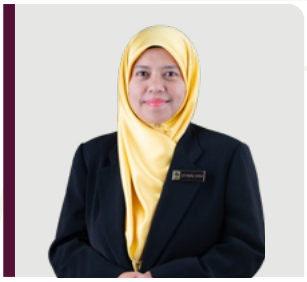
PUAN ASMIZAL BINTI JAAFAR
Pengarah Kanan
Regulatori
Senior Director Regulatory



ENCIK MUHAMAD RAZIS BIN SAMSU
Pengarah Kanan
Pentadbiran
Senior Director Administration



ENCIK ISA BIN HAMZAH
Pengarah Kanan
Pembangunan Institusi Pemasaran
Senior Director Marketing Institution Development



PUAN SITI NURUL HAIDA BINTI IBRAHIM
Pengarah Kanan
Pembangunan Modal Insan
Senior Director Human Capital Development



DR. SHAHIIDA BINTI MUSA
Pengarah Kanan
Perancangan Strategik
Senior Director Strategic Planning



PUAN NORSALAWATY BINTI ABDUL KADIR
Pengarah Kanan
Pemasaran Segar
Senior Director Fresh Produce Marketing



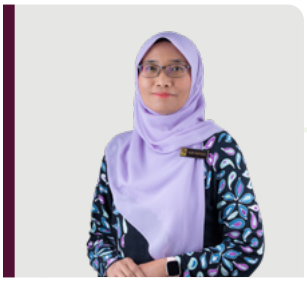
ENCIK BADRUL HISHAM BIN SULAIMAN
Pengarah Bahagian Audit Dalam
Division Director Internal Audit



ENCIK FARIL MUSHAWWIR BIN ZULAMRAN
Pengarah Bahagian Pemasaran Digital
Division Director Digital Marketing



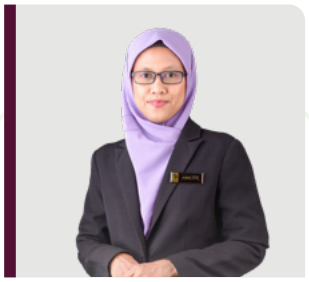
ENCIK AZHAR BIN JAMALUDIN
Pengarah Bahagian Pembangunan Kontrak Pemasaran
Division Director Marketing Contract Development



PUAN NORHAFIZAH BINTI HANZAH
Pengarah Bahagian Teknologi Maklumat
Division Director Information Technology



ENCIK MUHAMMAD NOR BADLISHAH BIN AHMAD SHAHRIN
Pengarah Komunikasi Korporat
Director Corporate Communication



PUAN JAMIELATUL ADAWIYYAH BINTI JAMANI
Pengarah Unit Integriti
Director Integrity Unit



ENCIK SHAHRULNIZAM BIN AHMAD
Ketua Pegawai Eksekutif
Chief Executive Officer
FAMA Corporation Sdn. Bhd.

STRUKTUR CARTA ORGANISASI FAMA
FAMA ORGANISATIONAL STRUCTURE CHART



Ketua Pengarah FAMA
FAMA Deputy-General
YBRS. Encik Abdul Rashid bin Bahri



Pengarah Bahagian Audit Dalam
Division Director Internal Audit
Encik Badrul Hisham bin Sulaiman



Pengarah Komunikasi Korporat
Director Corporate Communication
Encik Muhammad Nor Badlishah bin Ahmad Shahrin



Pengarah Unit Integriti
Director Integrity Unit
Puan Jamielatul Adawiyyah binti Jamani



Ketua Pegawai Eksekutif
Chief Executive Officer
FAMA Corporation Sdn. Bhd.
Encik Shahrulnizam bin Ahmad



Timbalan Ketua Pengarah (Operasi)
Deputy Director-General (Operation)
YBRS. Encik Shahrizan bin Sudiman



Pengarah Kanan Industri Makanan dan Asas Tani
Senior Director Food and Agro-based Industry
Puan Wan Nora binti Wan Ahmad



Pengarah Kanan Pembangunan Institusi Pemasaran
Senior Director Marketing Institution Development
Encik Isa bin Hamzah



Pengarah Kanan Pemasaran Segar
Senior Director Fresh Produce Marketing
Puan Norsalawaty binti Abdul Kadir



Pengarah Bahagian Pembangunan Kontrak Pemasaran
Division Director Marketing Contract Development
Encik Azhar bin Jamaludin



Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan)
Deputy Director-General (Development)
YBRS. Encik Faisal Iswardi bin Ismail



Pengarah Kanan Maklumat Pasaran
Senior Director Market Information
Puan Suraya binti Mohd Yusof



Pengarah Kanan Galakan Pasaran
Senior Director Market Promotion
Puan Habibah binti Sulaiman



Pengarah Kanan Regulatori
Senior Director Regulatory
Puan Asmizal binti Jaafar



Pengarah Kanan Pembangunan Modal Insan
Senior Director Human Capital Development
Puan Siti Nurul Haida binti Ibrahim



Pengarah Kanan Perancangan Strategik
Senior Director Strategic Planning
Dr. Shahiida binti Musa



Pengarah Bahagian Pemasaran Digital
Division Director Digital Marketing
Encik Faril Mushawwir bin Zulamran



Timbalan Ketua Pengarah (Khidmat Pengurusan)
Deputy Director-General (Management Services)
Ybrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan



Pengarah Kanan Kejuruteraan
Senior Director Engineering
Encik Meor Roslan bin Idris



Pengarah Kanan Kewangan
Senior Director Finance
Encik Omar Sharafy bin Mohd Yussof



Pengarah Kanan Pengurusan Sumber Manusia
Senior Director Human Resource Management
Puan Intan Suraya binti Ibeni Hajar



Pengarah Kanan Pentadbiran
Senior Director Administration
Encik Muhamad Razis bin Samsu



Pengarah Bahagian Teknologi Maklumat
Senior Director of Information Technology
Puan Norhafizah binti Hanzah

Unit Undang-undang
Legal Unit
Kosong
Vacant



Pengarah Negeri Perlis
Director
Perlis State
Mohd Anzara bin Azizan



Pengarah Negeri Kedah
Director
Kedah State
Zuriana binti Mat Adam



Pengarah Negeri Pulau Pinang
Director Penang State
Mohd Hafiz bin Nurulhuda



Pengarah Negeri Perak
Director Perak State
Noorsham bin Ramly



Pengarah Wilayah Persekutuan
Director Federal Territory
Nukman bin Hashim



Pengarah Negeri Selangor
Director
Selangor State
Aiada binti Abdul Rashid



Pengarah Negeri Sembilan
Director
Negeri Sembilan State
Firdous bin Abu Bakar



Pengarah Negeri Melaka
Director
Malacca State
Nor Azhar bin Abdul Hamid



Pengarah Negeri Johor
Director
Johor State
Faidz Afizi bin Mohamed



Pengarah Negeri Pahang
Director
Pahang State
Saiful bin Sadri



Pengarah Negeri Terengganu
Director
Terengganu State
Muhammad Fadlee bin Hassan



Pengarah Negeri Kelantan
Director
Kelantan State
Wan Faizatul Aniza binti Ismayatim



Pengarah Negeri Sabah
Director Sabah State
Sarman bin Sidno



Pengarah Negeri Sarawak
Director Sarawak State
Ramli bin Mat Sani

ALAMAT IBU PEJABAT FAMA DAN PEJABAT FAMA NEGERI
ADDRESSES OF FAMA HEADQUARTERS AND STATE FAMA OFFICES

PEJABAT FAMA NEGERI KEDAH /
KEDAH STATE FAMA OFFICE
Lot 101C, Kawasan Perindustrian Mergong,
Jalan Perak
05150 Alor Setar, Kedah.
Tel: 04-7319344 / 7319103

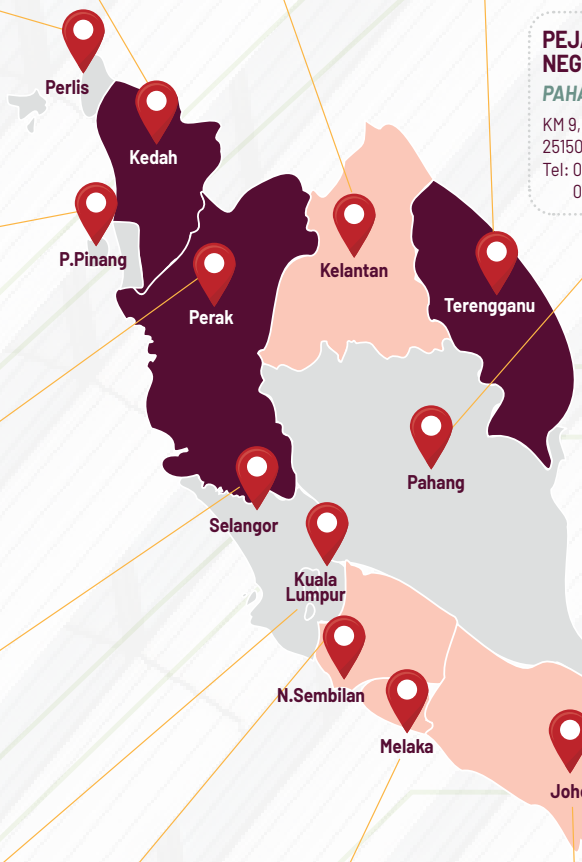
PEJABAT FAMA NEGERI KELANTAN /
KELANTAN STATE FAMA OFFICE
RTC Kota Bharu
Lot 3309, Batu 4,
Lebuhraya Pasir Mas - Salor
15150 Kota Bharu, Kelantan.
Tel: 09-745 9200 / 748 2431 / 748 2577

PEJABAT FAMA NEGERI TERENGGANU/
TERENGGANU STATE FAMA OFFICE
Lot 1622, Jalan Hiliran,
20300 Kuala Terengganu, Terengganu.
Tel: 09-622 4144

PEJABAT FAMA NEGERI PERLIS /
PERLIS STATE FAMA OFFICE
KM 2, Jalan Baru Kangar - Alor Star,
Behor Temak
01000 Kangar, Perlis.
Tel: 04-9761513 / 9765615

PEJABAT FAMA NEGERI PAHANG /
PAHANG STATE FAMA OFFICE
KM 9, Jalan Gambang
25150 Kuantan, Pahang.
Tel: 09-5366110/09-5366113/
09-5366114/09-5366115

PEJABAT FAMA NEGERI PULAU PINANG /
PULAU PINANG STATE FAMA OFFICE
No. 2442, Tingkat Perusahaan Satu
Kawasan Perusahaan Perai
13600 Perai, Pulau Pinang.
Tel: 04-390 7222 / 390 7886 / 399 2163



PEJABAT FAMA NEGERI PERAK /
PERAK STATE FAMA OFFICE
Pusat Tranformasi Luar Bandar (RTC)
Kawasan Perindustrian Gopeng 2,
KM 16, Jalan Gopeng, 31600 Gopeng, Perak.
Tel: 05-357 6322 / 357 8664

PEJABAT FAMA NEGERI SELANGOR /
SELANGOR STATE FAMA OFFICE
Batu 13, Jalan Kelang-Puchong,
47100 Puchong, Selangor Darul Ehsan.
No. Tel: 03-58918000

IBU PEJABAT FAMA /
FAMA HEADQUARTER
Bangunan FAMA Point, Lot 17304
Jalan Persiaran 1 Bandar Baru Selayang,
68100 Batu Caves, Selangor Darul Ehsan.
Tel: 03-6033 2020

PEJABAT FAMA WILAYAH PERSEKUTUAN (KUALA LUMPUR & PUTRAJAYA)/
WILAYAH PERSEKUTUAN STATE FAMA OFFICE
Lot 12 & 13, Tingkat 1,
Jalan Paragon Utama 1,
Paragon Utama,
68100 Batu Caves, Selangor.
Tel: 03-6128 2044 / 6128 1848

PEJABAT FAMA NEGERI SEMBILAN /
NEGERI SEMBILAN STATE FAMA OFFICE
Lot 7929, KM5, Jalan Labu,
70200 Seremban, Negeri Sembilan.
Tel: 06-763 5797

PEJABAT FAMA NEGERI MELAKA /
MELAKA STATE FAMA OFFICE
Lot 73, Jalan Usaha 12,
Kawasan Perindustrian
Ayer Keroh, 75450 Melaka.
Tel: 06-231 2760 / 231 9650

PEJABAT FAMA NEGERI JOHOR /
JOHOR STATE FAMA OFFICE
Lot 6313, Jalan Taruka,
Off Jalan Datin Halimah
Peti Surat 25,
80700 Johor Bahru, Johor.
Tel: 07-231 3600

PEJABAT FAMA NEGERI SABAH /
SABAH STATE FAMA OFFICE

Kompleks Pemasaran FAMA Sabah, Lot 2,
Jalan 1 KKIP Timur, Commercial Zone 2,
Kota Kinabalu Industrial Park (KKIP),
88460 Kota Kinabalu, Sabah.
Tel : 088-491 807



PEJABAT FAMA NEGERI SARAWAK /
SARAWAK STATE FAMA OFFICE

Lot 13636, Seksyen 65 KTLD,
Jalan Matang,
93050 Petrajaya, Kuching, Sarawak.
Tel: 082-422 578 / 414 744

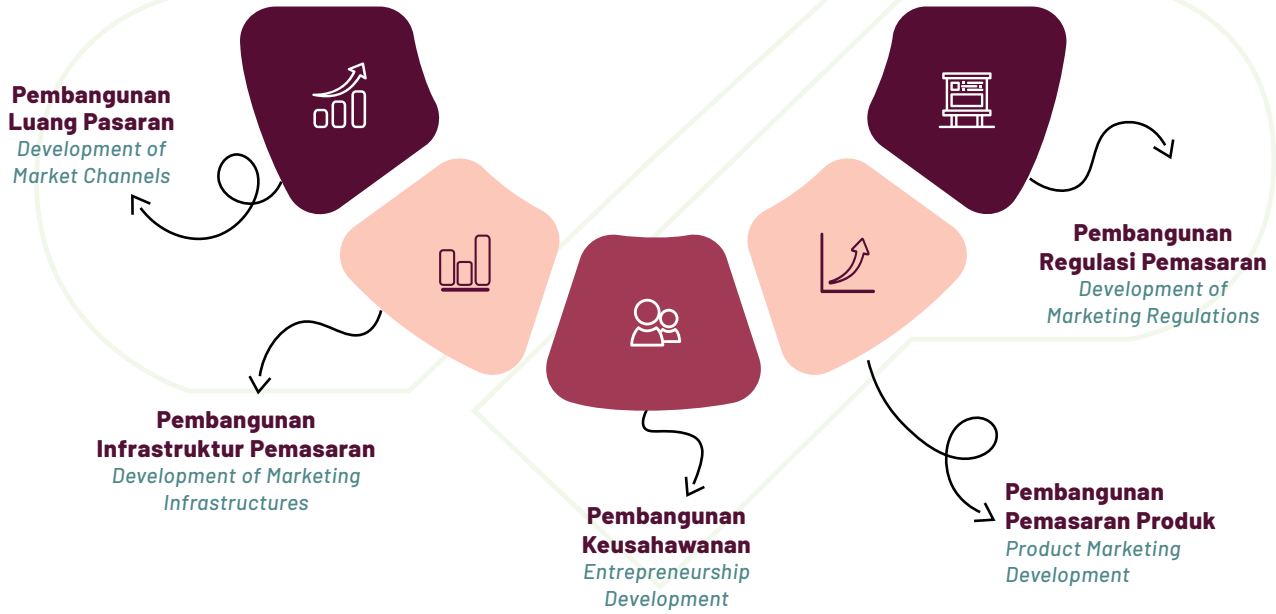
LATAR BELAKANG FAMA
BACKGROUND OF FAMA

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Federal Agricultural Marketing Authority atau FAMA) ditubuhkan pada 30 September 1965 di bawah Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan 1965 (Akta 141) merupakan sebuah agensi pemasaran di bawah Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan. FAMA bertanggungjawab dalam pemasaran produk agromakanan seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan bunga-bungaan serta produk-produk industri makanan dan asas tani.

The Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) was established on 30 September 1965 under the Federal Agricultural Marketing Authority Act 1965 (Act 141) as a marketing agency under the Ministry of Agriculture and Food Security. FAMA is responsible for the marketing of agro-food products such as vegetables, fruits and flowers as well as food and agro-based industry products.

Sejajar dengan objektif dalam memacu sektor pemasaran domestik dan antarabangsa, FAMA berperanan dalam memperluaskan saiz pasaran produk agromakanan dan meningkatkan pendapatan pengeluar. Selain itu, FAMA juga berperanan dalam memastikan produk pertanian dan industri makanan tersedia serta boleh diperolehi pada harga yang mampu dibayar oleh pengguna. Bagi melaksanakan peranan ini, FAMA telah menggiatkan usaha-usaha meningkatkan kecekapan di sepanjang rantaian pemasaran melalui strategi-strategi berikut:

In line with its objective to drive the domestic and international marketing sector, FAMA plays a role in expanding the market size of agrofood products and increasing producers' income. In addition, FAMA also ensures that agricultural and food industry products are available and accessible at prices affordable to consumers. To fulfill this role, FAMA has intensified efforts to enhance efficiency across the marketing value chain through the following strategies:



VISI, MISI, OBJEKTIF, FUNGSI UTAMA DAN STRATEGI

Vision, Mission, Objectives, Main Functions and Strategies

VISI, MISI, OBJEKTIF
VISION, MISSION, OBJECTIVES

VISI
VISION

Peneraju Utama Perkhidmatan Pemasaran Agromakanan Negara /
Leading National *Agro-Food Marketing Service.*

MISI
MISSION

Membangun dan **memudah** cara **perkhidmatan pemasaran** yang cekap dan berkesan bagi **menggalakkan pertumbuhan, daya saing** dan **inovasi** dalam industri agromakanan serta meningkatkan nilai kepada pelanggan
Develop *and* ***facilitate efficient*** *and* ***effective marketing services*** *to* ***promote growth, competitiveness*** *and* **innovation** *in the agrifood industry and increase value to customers*

OBJEKTIF
OBJECTIVES

i. **Memperluaskan** akses **pasaran domestik** dan **antarabangsa**
Expanding access *to* ***domestic*** *and* ***international markets.***

ii. **Meningkatkan** pembekalan **produk** agromakanan **bernilai tinggi** dan/atau **permintaan tinggi** / ***Increase*** *the* ***supply*** *of* ***high value*** *and/or* ***high demand*** *agro-food products.*

iii. **Membekalkan maklumat pasaran** yang komprehensif dan **bersepadu** mengenai agromakanan / ***Provide*** *comprehensive and* ***integrated market information*** *on agrifood.*

iv. **Menyedia** dan **menyelaras** kemudahan **infrastruktur pemasaran**
Provide *and* ***coordinate marketing*** *infrastructure facilities.*

v. **Memacu** dan **memperkasakan pemasaran digital** agromakanan negara di **pasaran domestik** dan **antarabangsa** / ***Drive*** *and* ***empower*** *the country's digital marketing of agri-food in domestic and international markets.*

vi. **Menggalakkan kecekapan** dan **daya saing** dalam **rantaian nilai** agromakanan / ***Promote efficiency*** *and* ***competitiveness*** *in the agro-food value chain.*

vii. **Menarik minat, memupuk, meningkat** dan **mengekalkan** penglibatan belia dalam aktiviti pemasaran agromakanan / ***Attracting interest, nurturing, increasing and maintaining youth*** *involvement in agro-food marketing activities.*

viii. **Menggalakkan** amalan **pembekalan** dan **penggunaan** agromakanan yang **mampan** / ***Promote sustainable*** *agro-food supply and consumption practices.*

FUNGSI UTAMA
***MAIN** FUNCTIONS*

Menyelaras aktiviti-aktiviti pemasaran pertanian sama ada yang **melibatkan pihak swasta** atau **jabatan/ agensi kerajaan;**
Coordinate** agricultural marketing activities, whether **involving the private sector parties** or **government departments/ agencies;

Memperbaiki sistem pemasaran dan **memperluas** serta **memajukan** pasaran baru bagi hasil-hasil **pertanian** Malaysia;
***Improve** the marketing system and **expand** as well as **develop** new markets for Malaysian **agricultural** produce;*

Bekerjasama dengan pihak swasta dan jabatan/ agensi kerajaan bagi **mewujudkan** pemasaran pertanian yang **cekap** dan berkesan;
***Collaborate** with private sector and government departments/ agencies to **establish efficient** and **effective agricultural** marketing*

Membangun dan **memajukan pengurusan** yang cekap dalam **industri pertanian** berkaitan dengan aktiviti pemasaran atau pemprosesan hasil-hasil pertanian; dan
***Develop** and **advance efficient management** in the **agricultural industry** related to the **marketing** or **processing** of **agricultural** produce*

Melibatkan secara langsung dalam industri pertanian terutama **aktiviti pemasaran** atau **pemprosesan** hasil-hasil **pertanian.**
*Directly **involved** in the agricultural industry, especially in the **marketing** or **processing** activities of **agricultural** produce.*

STRATEGI
STRATEGIES

FAMA telah membangunkan satu Pelan Strategik Pemasaran Agromakanan FAMA 2022-2030 selaras dengan Dasar Agromakanan Negara 2.0. Pelaksanaan pelan strategik ini memberi tumpuan kepada peranan FAMA sebagai pemudah cara dalam membangun, meningkat dan mempromosikan serta mengawal selia sektor pemasaran Agromakanan negara bagi mencapai matlamat sosial, ekonomi dan alam sekitar.

FAMA has developed the FAMA Agrofood Marketing Strategic Plan 2022-2030 in line with the National Agrofood Policy 2.0. The implementation of this strategic plan focuses on FAMA's role as a facilitator in developing, enhancing, promoting, and regulating the nation's agrofood marketing sector to achieve social, economic, and environmental objectives.

Membangunkan program pemasaran pertanian **moden** dan **pintar**;
***Develop** a **modern** and **smart** agricultural marketing program;*

Membangun kapasiti **sumber manusia** berdasarkan pemasaran Agromakanan;
***Develop human resource** capacity based on Agrofood marketing;*

Memacu amalan pemasaran Agromakanan **mampan** dan **pemerkasaan daya tahan** sistem makanan negara; dan
***Driving sustainable** agrofood marketing practices and **strengthen the resilience** of the national food system; and*

Memperkukuhkan pasaran domestik dan **membangunkan** pembekalan produk bernilai tinggi, tinggi permintaan dan berorientasikan **eksport;**
***Strengthen** the domestic market and **develop** the supply of high-value, high-demand and **export-**oriented products;*

Memperkukuhkan ekosistem perniagaan yang kondusif dan **memperkasakan** FAMA sebagai agensi pemasaran Agromakanan melalui **pendigitalan.**
Strengthen** a conducive business ecosystem and **empowering** FAMA as an Agrofood marketing agency through **digitalization.

PIAGAM PELANGGAN FAMA
FAMA CLIENT'S CHARTER



PERUTUSAN PENGERUSI FAMA

FAMA Chairman's Message

PERUTUSAN PENGERUSI FAMA
FAMA CHAIRMAN'S MESSAGE

"Antara **inisiatif utama** yang menonjol pada tahun ini ialah pelaksanaan berskala besar **program Jualan Agro Madani,** yang menjadi **simbol penyatuan** antara tanggungjawab **sosial** dan **kemampanan ekonomi** /

*Among **the key initiatives** that stand out this year is the large-scale implementation of the **Jualan Agro Madani program,** which symbolizes the **integration** between **social responsibility** and **economic sustainability***"



YBRS. TUAN HAJI AMINUDDIN BIN ZULKIPLI
Pengerusi FAMA
FAMA Chairman

Assalamualaikum dan Salam Sejahtera

Segala puji bagi Allah SWT kerana dengan limpah kurnia dan keizinan-Nya, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) dapat terus melaksanakan mandat yang diamanahkan dengan penuh komitmen, ketabahan dan kesungguhan, walaupun berhadapan dengan pelbagai cabaran dalam landskap agromakanan yang semakin kompleks dan mencabar.

All praise be to Allah SWT, by whose grace and permission the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) has been able to continue fulfilling its entrusted mandate with full commitment, resilience, and dedication, despite facing various challenges in an increasingly complex and demanding agrofood landscape.

Dengan penuh rendah hati, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan berharga kepada kejayaan FAMA sepanjang tahun 2024.

With utmost humility, I would like to record my highest appreciation to all parties who have contributed significantly to FAMA's success throughout the year 2024.

Tahun ini merupakan satu detik penting dalam usaha FAMA memperkukuh strategi pemasaran produk agromakanan negara secara menyeluruh.

This year marks an important milestone in FAMA's efforts to strengthen the marketing strategies of the nation's agrofood products in a comprehensive manner.

Dalam mendepani cabaran ketidakstabilan rantaian bekalan global, perubahan iklim dan ketidaktentuan pasaran, FAMA telah mempergiatkan intervensi pemasaran secara bersasar bagi memastikan produk tani mendapat saluran pasaran yang kompetitif, mampan dan inklusif. Pendekatan ini bukan sahaja bertujuan meningkatkan pendapatan pengeluar tani, malah turut menjamin bekalan makanan yang selamat, berpatutan dan mudah diperoleh oleh rakyat.

In addressing the challenges of global supply chain instability, climate change, and market uncertainty, FAMA has intensified targeted marketing interventions to ensure that agricultural products gain access to competitive, sustainable, and inclusive market channels. This approach is not only aimed at increasing farmers' income, but also at ensuring a safe, affordable, and accessible food supply for the people.

Antara inisiatif utama yang menonjol pada tahun ini ialah pelaksanaan berskala besar program Jualan Agro Madani, yang menjadi simbol penyatuan antara tanggungjawab sosial dan kemampanan ekonomi. Program ini telah dilaksanakan secara menyeluruh merentasi kawasan bandar, pinggir bandar dan luar bandar. Di samping itu, program ini menjadi platform strategik bagi FAMA bukan sahaja untuk membantu dalam menstabilkan harga barang keperluan asas, tetapi juga merapatkan jurang antara pengeluar dan pengguna melalui pemadanan terus antara dua pihak utama dalam rantaian nilai.

One of the key initiatives that stood out this year was the large-scale implementation of the Agro Madani Sales Programme, which symbolizes the integration of social responsibility with economic sustainability. The programme has been implemented comprehensively across urban, suburban, and rural areas. Moreover, it has become a strategic platform for FAMA, not only in helping to stabilize the prices of essential goods but also in bridging the gap between producers and consumers through direct linkages between these two key players in the value chain.

Selain itu, FAMA turut memperkenalkan pendekatan baharu yang inovatif, termasuk pengembangan platform digital dan kerjasama strategik dengan agensi kerajaan serta sektor swasta. Pendekatan ini telah memperkukuh jaringan pemasaran dari ladang ke pasaran dengan lebih cekap dan efisien. Kesemua ini selari dengan aspirasi Kerajaan MADANI, yang menekankan prinsip keadilan sosial, kesejahteraan ekonomi dan pembangunan mampan sebagai teras pembangunan negara.

In addition, FAMA has introduced new and innovative approaches, including the expansion of digital platforms and strategic collaborations with government agencies as well as the private sectors. These efforts have strengthened the efficiency and effectiveness of marketing networks from farms to markets. All these initiatives are in line with the aspirations of the MADANI Government, which emphasizes the principles of social justice, economic well- being, and sustainable development as the foundation of national progress.

Lebih penting, pada tahun 2024 saya melihat bahawa pertanian adalah satu tanggungjawab bersama, bukan sahaja kepada petani, nelayan dan penternak, tetapi juga kepada kerajaan, sektor swasta, institusi kewangan, komuniti pengguna dan agensi penggerak seperti FAMA. Pertanian hari ini bukan sekadar aktiviti ekonomi, tetapi juga merupakan misi nasional yang penting dalam memastikan keterjaminan makanan, kelestarian sumber dan keselamatan negara.

More importantly, in 2024 I see that agriculture is a shared responsibility, not only of farmers, fishermen, and livestock breeders, but also of the government, private sectors, financial institutions, consumer communities, and driving agencies such as FAMA. Today, agriculture is not merely an economic activity but also a vital national mission to ensure food security, resource sustainability, and national safety.

Saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada seluruh warga kerja FAMA di semua peringkat daripada pengurusan kanan, pasukan pelaksana di lapangan hingga petugas barisan hadapan, dedikasi, kecekalan dan semangat kerjasama yang luar biasa. Kejayaan pelaksanaan program utama FAMA seperti Jualan Agro Madani, Program Intervensi Pasaran, Pusat Pengumpulan, pemasaran digital serta aktiviti sokongan lain tidak dapat direalisasikan tanpa kesungguhan dan komitmen tinggi daripada semua warga FAMA. Kecemerlangan prestasi tahun ini, merupakan bukti keupayaan bersama sebagai satu pasukan yang berintegriti, inovatif dan responsif terhadap keperluan rakyat serta negara.

I would like to express my deepest appreciation and gratitude to the entire FAMA workforce at all levels from senior management, field implementation teams, to frontline workers for their dedication, resilience, and extraordinary spirit of teamwork. The successful implementation of FAMA's flagship programmes such as Agro Madani Sales, Market Intervention Programmes, Collection Centers, digital marketing, and other supporting activities could not have been realized without the commitment and determination of all FAMA personnel.The excellence achieved this year stands as proof of our collective ability as one team that is full of integrity, innovation, and responsiveness to the needs of the people and the nation.

Akhir kata, Laporan Tahunan 2024 ini bukan sekadar dokumen pencapaian, tetapi juga refleksi terhadap usaha kolektif yang penuh dedikasi dan harapan untuk masa depan yang lebih gemilang. Semoga segala usaha yang telah dicurahkan akan memberi manfaat yang berpanjangan kepada rakyat dan negara tercinta.

In conclusion, this 2024 Annual Report is not merely a document of achievements, but also a reflection of our collective efforts, filled with dedication and hope for a brighter future. May all the endeavors carried out bring lasting benefits to the people and our beloved nation.

Sekian, terima kasih.

Thank you.

"FAMA DI HATI RAKYAT"
"PERTANIAN ADALAH TANGGUNGJAWAB"

TUAN HAJI AMINUDDIN BIN ZULKIPLI
Pengerusi FAMA
FAMA Chairman

SEKALUNG UCAPAN KETUA PENGARAH FAMA

Message from FAMA Director-General

SEKALUNG UCAPAN KETUA PENGARAH FAMA
MESSAGE FROM FAMA DIRECTOR-GENERAL

"Sepanjang tahun ini, FAMA telah terus **memainkan peranan** utamanya sebagai **agensi peneraju** dalam **memperkasa** pemasaran hasil pertanian negara menerusi pelbagai **strategi berimpak tinggi /**

*Throughout this year, FAMA has continued to play its **primary role** as the lead agency in **strengthening** the **marketing** of the country's **agricultural produce** through various **high-impact strategies.***"



YBRS. ENCIK ABDUL RASHID BIN BAHRI
Ketua Pengarah FAMA
Director General
Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA)

Assalamualaikum dan Salam Sejahtera

Segala puji dan syukur ke hadrat Allah SWT kerana dengan limpah kurnia-Nya, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) terus melangkah ke hadapan dengan keyakinan dan berdaya saing dalam memperkasa sistem pemasaran agromakanan negara sepanjang tahun 2024.

All praise and gratitude be to Allah SWT, for with His blessings, the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) continues to move forward with confidence and competitiveness in strengthening the nation's agrofood marketing system throughout 2024.

Bertemakan "Pemerkasaan Pemasaran Agromakanan Mengurangkan Kos Sara Hidup Rakyat", Laporan Tahunan dan Penyata Kewangan (LTPK) FAMA 2024 mencerminkan iltizam kami dalam memperkukuh rantaian nilai agromakanan demi kesejahteraan rakyat. Tema ini dipilih bagi menggambarkan usaha gigih FAMA dalam memastikan akses kepada makanan secara berterusan dan menawarkan pada harga yang berpatutan tanpa mengabaikan kesejahteraan pengeluar.

With the theme "Strengthening Agrofood Marketing to Reduce the Cost of Living for the People", FAMA's 2024 Annual Report and Financial Statements (LTPK) reflect our commitment to reinforcing the agrofood value chain for the well-being of the people. This theme was chosen to illustrate FAMA's tireless efforts to ensure continuous access to food at affordable prices without compromising the welfare of producers.

Sepanjang tahun ini, FAMA telah terus memainkan peranan utamanya sebagai agensi peneraju dalam memperkasa pemasaran hasil pertanian negara menerusi pelbagai strategi berimpak tinggi. Pendekatan ini merangkumi pelaksanaan intervensi rantaian bekalan, pemantapan program Jualan Agro Madani, pemerkasaan saluran pengedaran, pendigitalan perkhidmatan pemasaran serta pembangunan infrastruktur logistik secara menyeluruh.

Throughout the year, FAMA has continued to play its central role as the leading agency in empowering the marketing of national agricultural produce through various high-impact strategies. These include supply chain interventions, strengthening the Agro Madani Sales Programme, enhancing distribution channels, digitising marketing services, and developing comprehensive logistics infrastructure.

Antara inisiatif yang berimpak tinggi ialah pelaksanaan Program Jualan Agro Madani yang telah dijayakan menerusi 5,707 program di seluruh negara. Inisiatif ini bukan sahaja menjana nilai jualan sebanyak RM162.45 juta, malah turut memberi manfaat langsung kepada lebih 81,382 usahawan tani tempatan di samping membuktikan keberkesanan pendekatan FAMA dalam menangani isu harga dan bekalan makanan.

One of the key high-impact initiatives was the implementation of the Agro Madani Sales Programme, successfully conducted through more than 5,707 events nationwide. This initiative not only generated sales worth RM162.45 million but also directly benefited over 81,382 local agropreneurs, proving the effectiveness of FAMA's approach in addressing food price and supply issues.

Selain itu, pengukuhan model Ladang Kontrak dengan nilai bekalan mencecah RM302.4 juta. Sekali gus menyumbang kepada keterjaminan bekalan domestik dan meningkatkan keyakinan petani terhadap sistem pemasaran yang tersusun dan berstruktur. Di samping itu, pemerkasaan saluran pengedaran menerusi 1,600 outlet seperti Pasar Tan dan Agrobazaar memainkan peranan penting dalam memperluas akses pengguna kepada hasil pertanian segar pada harga berpatutan.

In addition, the strengthening of the Contract Farming model achieved a supply value of RM302.4 million, contributing to domestic supply security and boosting farmers' confidence in a structured and organised marketing system. At the same time, the empowerment of distribution channels through 1,600 outlets such as Farmer's Market and Agrobazaar played a crucial role in expanding consumer access to fresh produce at reasonable prices.

Pendigitalan turut menjadi fokus utama dalam meningkatkan kecekapan sistem pemasaran. FAMA telah melaksanakan pelbagai inisiatif transformasi digital termasuk pembangunan Agrobazaar Online 3.0, Super App iFAMA, serta sistem Surveillance and Intervention for Supply Demand of Agrofood (SISDA) yang membolehkan pemantauan data bekalan dan permintaan secara masa nyata. Pendekatan berasaskan data ini membolehkan pengambilan keputusan yang lebih pantas, tepat dan berkesan.

Digitalisation has also been a main focus in enhancing marketing efficiency. FAMA has introduced various digital transformation initiatives, including the development of Agrobazaar Online 3.0, the iFAMA Super App, and the Surveillance and Invervention for Supply Demand of Agrofood (SISDA) system, which enables real-time monitoring of supply and demand data. This data-driven approach allows faster, more accurate, and effective decision-making.

Selari dengan hala tuju RMKe-12 dan pelaksanaan Rolling Plan 5 (RP5) tahun 2025, FAMA turut menumpukan usaha dalam memperkukuh infrastruktur logistik. Pusat operasi, pusat pengumpulan, bilik sejuk dan pusat pemprosesan telah dibangunkan bagi melancarkan aliran bekalan, menstabilkan harga serta mengurangkan pembaziran dalam rantaian pasaran agromakanan.

In line with 12MP and the implementation of Rolling Plan 5 (RP5) for 2025, FAMA has also placed emphasis on strengthening logistics infrastructure. Operational centres, collection centres, cold rooms, and processing facilities have been developed to ensure smoother supply flows, stabilise prices, and reduce wastage within the agri-food marketing chain.

Pada masa yang sama, FAMA juga komited dalam membangunkan kapasiti dan daya saing usahawan tani, khususnya agropreneur muda. Pelbagai inisiatif latihan, bantuan teknikal dan akses pasaran disediakan bagi menjamin kelangsungan dan pembaharuan dalam industri pertanian negara ke arah lebih moden, berdaya saing dan mampan.

At the same time, FAMA remains committed to developing the capacity and competitiveness of agropreneurs, especially young farmers. Various training initiatives, technical assistance, and market access opportunities have been provided to ensure continuity and innovation in the nation's agriculture industry, moving towards a more modern, competitive, and sustainable sector.

FAMA turut melaksanakan intervensi pengedaran bagi komoditi asas seperti telur, ayam proses dan beras dalam menangani isu bekalan ini dalam pasaran. Langkah ini membuktikan keupayaan FAMA untuk bertindak secara proaktif dalam menghadapi krisis bekalan demi kepentingan pengeluar dan pengguna.

FAMA has also carried out distribution interventions for essential commodities such as eggs, processed chicken, and rice to address supply issues in the market. These measures demonstrate FAMA's ability to act proactively in facing supply crises for the benefit of both producers and consumers.

Prinsip tadbir urus yang berteraskan integriti dan inklusiviti terus menjadi tunjang dalam setiap pelaksanaan dasar dan program FAMA. Tema "Integriti dan Inklusiviti: Pemacu Kejayaan" yang diangkat tahun ini memperkukuh keyakinan rakyat terhadap FAMA sebagai sebuah institusi pemasaran yang menitikberatkan kejujuran, ketelusan dan keterangkuman.

Principles of governance anchored on integrity and inclusivity continue to be the foundation of every policy and programme implemented by FAMA. This year's theme, "Integrity and Inclusivity: Drivers of Success", reinforces public confidence in FAMA as a marketing institution that prioritises honesty, transparency, and inclusiveness.

Sebagai penutup tirai tahun 2024, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada seluruh warga FAMA yang telah menunjukkan komitmen luar biasa, rakan strategik dari sektor awam dan swasta serta para petani dan usahawan tani yang menjadi tulang belakang kejayaan organisasi ini. Kejayaan yang dicapai ini adalah hasil daripada usaha kolektif dan kerjasama erat daripada semua pihak.

As we close the chapter on 2024, I wish to extend my highest appreciation to the entire FAMA workforce for their outstanding commitment, our strategic partners from both the public and private sectors, as well as the farmers and agropreneurs who form the backbone of this organisation's success. These achievements are the result of collective effort and close collaboration from all parties.

Marilah kita terus beriltizam dan bersatu tenaga dalam memperkukuh peranan FAMA sebagai peneraju utama pemasaran makanan dan hasil pertanian negara. Dengan semangat yang jitu dan tekad yang padu, saya percaya FAMA akan terus memainkan peranan penting dalam memperkukuh keterjaminan makanan dan mengurangkan kos sara hidup rakyat.

Let us remain steadfast and united in strengthening FAMA's role as the leading institution in marketing the nation's food and agricultural produce. With strong determination and steadfast resolve, I believe FAMA will continue to play a pivotal role in reinforcing food security and reducing the cost of living for the people.

Semoga segala usaha kita diberkati dan dirahmati Allah SWT. Insya-Allah.

May all our efforts be blessed and guided by Allah SWT. Insya-Allah.

ENCIK ABDUL RASHID BIN BAHRI
Ketua Pengarah / *Director General*
Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA)
Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA)



ARTIKEL KHAS FAMA 2024

FAMA Special Article 2024

PROGRAM JUALAN AGRO MADANI (JAM)
AGROMADANI SALES PROGRAM (JAM)

MAHA 2024 / *MAHA 2024*

02

PROGRAM JUALAN AGRO MADANI (JAM)
AGRO MADANI SALES PROGRAMME (JAM)

Jualan Agro Madani (JAM) 2024 membuktikan komitmen Kerajaan dalam meringankan beban kos sara hidup rakyat di bawah kerangka **Malaysia Madani**, yang mengutamakan rakyat, memartabatkan petani dan menyeimbangkan ekosistem agromakanan negara.

Mesyuarat Pemantauan Pelaksanaan Majlis Tindakan Sara Hidup Negara (NACCOL) Bil. 1 Tahun 2023 yang diadakan pada 9 Januari 2023 telah bersetuju agar Program Jualan Terus Dari Ladang (JTDL) dilaksanakan sebanyak 10,000 kali pelaksanaan di seluruh negara dengan peruntukan RM16.13 juta serta dijenamakan semula sebagai **Program Jualan Agro Madani (JAM)**.

Program JAM merupakan inisiatif jualan terus dari pengeluar kepada pengguna, yang membolehkan harga barangan ditawarkan pada harga yang berpatutan. Inisiatif ini turut membuka peluang pasaran yang lebih adil dan langsung kepada petani, penternak dan nelayan tempatan.

*Agro Madani Sales (JAM) 2024 demonstrate the Government's commitment to easing the people's cost of living under the **Malaysia Madani** framework, which prioritises the people, uplifts farmers, and balances the nation's agrofood ecosystem.*

*The Monitoring Meeting on the Implementation of the National Action Council on Cost of Living (NACCOL) No. 1/2023, held on 9 January 2023, agreed that the Direct from Farm Sales Programme (JTDL) be implemented 10,000 times nationwide with an allocation of RM16.13 million, and be rebranded as the **Agro Madani Sales Programme (JAM)**.*

The JAM Programme is a direct sales initiative from producers to consumers, enabling goods to be offered at reasonable prices. This initiative also creates fairer and more direct market opportunities for local farmers, breeders, and fishermen.



▸ Program Sentuhan Agro Madani Peringkat Negeri Selangor disempurnakan oleh Perdana Menteri Malaysia
The Selangor State-level Sentuhan Agro Madani Programme was officiated by the Prime Minister of Malaysia.

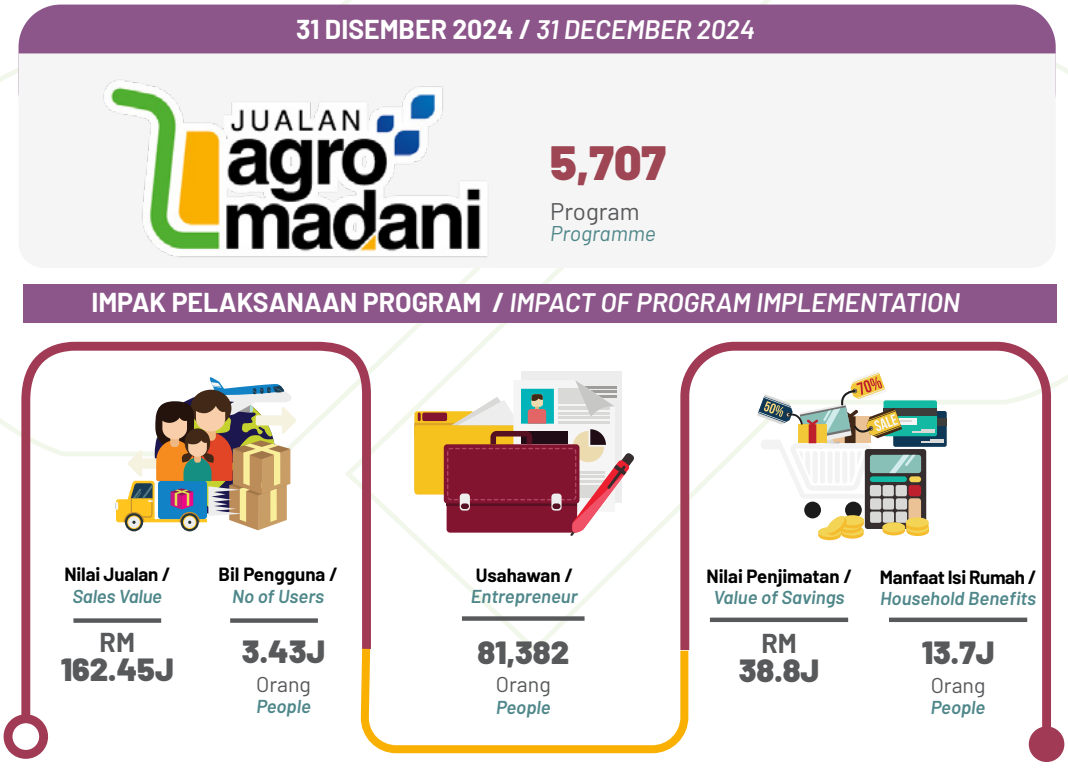


Suasana meriah sempena Program Dua (2) Tahun Kerajaan Madani di KLCC, Kuala Lumpur pada 22 hingga 24 November 2024 / *The lively atmosphere during the Two (2) Years of the Madani Government Programme at KLCC, Kuala Lumpur, held from 22 to 24 November 2024.*

Pada tahun 2024, JAM telah mencatatkan kejayaan memberangsangkan apabila sebanyak 5,707 program dilaksanakan melibatkan 81,382 usahawan, menjana nilai jualan RM162.45 juta, iaitu peningkatan 78.9 peratus berbanding RM90.8 juta pada tahun 2023. Lebih membanggakan, jumlah keseluruhan pelaksanaan mencapai 10,978 kali, meningkat 9.78 peratus berbanding sasaran 10,000 kali seperti di **Rajah 1** dan **Jadual 1.**

*In 2024, JAM recorded encouraging success with a total of 5,707 programmes implemented involving 81,382 entrepreneurs, generating sales value of RM162.45 million, an increase of 78.9 percent compared to RM90.8 million in 2023. More notably, the total number of implementations reached 10,978 times, representing a 9.78 percent increase compared to the target of 10,000 times, as shown in **Figure 1** and **Table 1.***

Rajah 1: Pencapaian Program Jualan Agro Madani (JAM) bagi Tahun 2024
Figure 1: *Performance of the Agro Madani Sales Programme (JAM) for Year 2024*



Jadual 1. Perbandingan Jumlah Pelaksanaan dan Nilai Jualan Program Jualan Agro Madani (JAM) bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 1. *Comparison of Total Implementations and Sales Value of the Agro Madani Sales Programme (JAM) for Year 2023 and 2024*

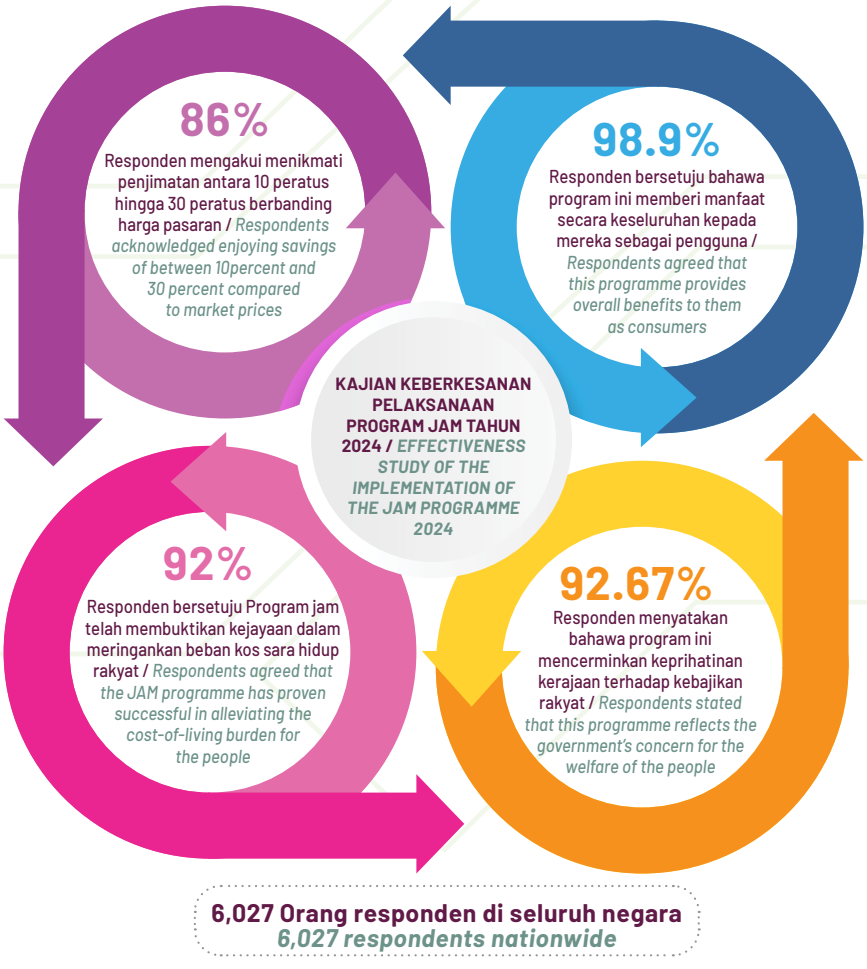
	JAM 2023	JAM 2024	JUMLAH KESELURUHAN PELAKSANAAN/ *TOTAL NUMBER OF IMPLEMENTATIONS*
JUMLAH PELAKSANAAN *TOTAL IMPLEMENTATION*	5,271	5,707	**10,978**
NILAI JUALAN (RM JUTA) *SALES VALUE (RM MILLION)*	90.80	162.45	**RM 253.25 Juta / *Million***
KADAR PULANGAN PELABURAN (RM) *RETURN ON INVESTMENT (RM)*	1:13:12	1:8:57	

Sumber: Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Jualan Agro Madani 2024
Source: *Effectiveness Study of the Implementation of the Agro Madani Sales Programme 2024*

Pencapaian ini secara tidak langsung membuktikan keberkesanan strategi pelaksanaan yang dirangka dalam usaha membantu meringankan beban kos sara hidup rakyat. Kesan program JAM ini juga telah dibuktikan dengan dapatan hasil Kajian Keberkesanan Program JAM yang telah dilaksana pada tahun 2024 seperti di **Rajah 2**.

This achievement indirectly demonstrates the effectiveness of the implementation strategies formulated to help alleviate the burden of the rising cost of living. The impact of the JAM programme has also been evidenced by the findings of the Effectiveness Study of the JAM Programme conducted in 2024, as shown in **Figure 2.**

Rajah 2. Dapatan Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Jualan Agro Madani 2024
Figure 2. *Findings of the Effectiveness Study on the Implementation of the Agro Madani Sales Programme 2024*



Sumber: Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Jualan Agro Madani 2024
Source: *Effectiveness Study of the Implementation of the Agro Madani Sales Programme 2024*

MELANGKAH BERSAMA RAKYAT, MENUJU MASA DEPAN SEJAHTERA

Kerajaan melihat Jualan Agro Madani (JAM) bukan sekadar program jualan, tetapi sebagai simbol keprihatinan dan komitmen terhadap kebajikan rakyat. Langkah seterusnya merangkumi penambahan lokasi jualan di luar bandar dan bandar kecil, integrasi dengan platform e-dagang bagi memudahkan pembelian dalam talian, serta penyediaan latihan dan sokongan berterusan kepada usahawan agro agar lebih mampan dan berdaya saing.

MOVING FORWARD WITH THE PEOPLE, TOWARDS A PROSPEROUS FUTURE

The government views the Agro Madani Sales (JAM) not merely as a sales programme, but as a symbol of care and commitment to the welfare of the people. The next steps include expanding sales locations in rural areas and small towns, integrating with e-commerce platforms to facilitate online purchases, and providing continuous training and support to agro-entrepreneurs to enhance their sustainability and competitiveness.



MAHA (PAMERAN PERTANIAN, HORTIKULTUR DAN AGRO PELANCONGAN MALAYSIA) 2024

Teks ucapan YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan semasa Majlis Perasmian Pameran Pertanian, Hortikultur dan Agro Pelancongan Malaysia (MAHA 2024) pada 14 September 2024 di Taman Ekspo Pertanian Malaysia (MAEPS), Serdang, Selangor:

"Saya percaya MAHA 2024 akan menjadi sebuah platform penting yang menekankan aspek kelestarian dan inovasi dalam sektor pertanian Malaysia. Fokus utama pameran ini adalah mempromosikan amalan pertanian yang lestari, selaras dengan Matlamat Pembangunan Mampan (SDG), untuk memastikan sumber alam semula jadi dapat dipelihara dan dimanfaatkan oleh generasi masa depan".

MAHA (MALAYSIA AGRICULTURE, HORTICULTURE AND AGROTOURISM EXHIBITION) 2024

Speech text of YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu, Minister of Agriculture and Food Security, at the Opening Ceremony of the Malaysia Agriculture, Horticulture and Agrotourism Exhibition (MAHA 2024) on 14 September 2024 at the Malaysia Agro Exposition Park (MAEPS), Serdang, Selangor:

"I believe MAHA 2024 will serve as an important platform that emphasises sustainability and innovation in Malaysia's agricultural sector. The main focus of this exhibition is to promote sustainable agricultural practices, in line with the Sustainable Development Goals (SDG), to ensure that natural resources can be preserved and utilised by future generations."

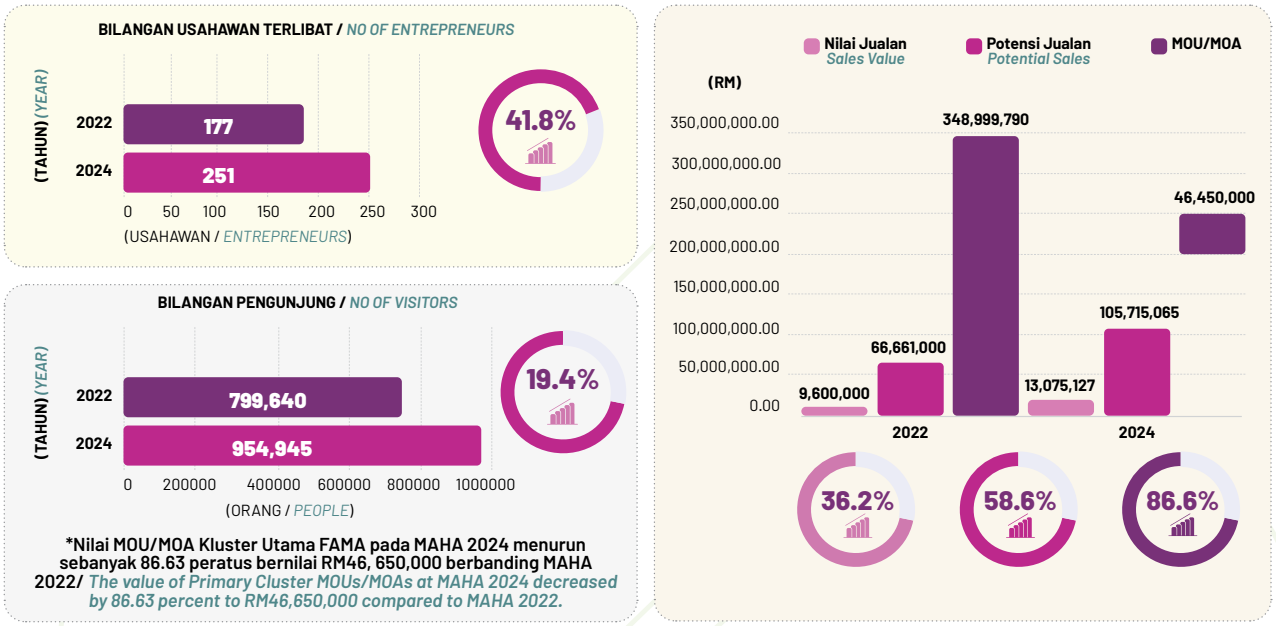
Rajah 3. Pencapaian FAMA di MAHA 2024
Figure 3. *FAMA's Achievements at MAHA 2024*

SASARAN JUALAN : RM 13.0 JUTA / *SALES TARGET: RM13.0 MILLION*

PENCAPAIAN / *ACHIEVEMENT*: **RM 13.075** Juta / *Million* (**100.58** peratus/*percent*)
BIL. PENGUNJUNG / *NO. OF VISITORS*: **954,945** Orang / *People*

KLUSTER / *CLUSTER*	SASARAN (RM) / *TARGET (RM)*	PENCAPAIAN (RM) / *ACHIEVEMENT (RM)*
	3.5 Juta / *Million*	3.941 Juta / *Million*
Agrotrade	0.1 Juta / *Million*	0.127 Juta / *Million*
	8.0 Juta / *Million*	7.361 Juta / *Million*
Food Truck	1.2 Juta / *Million*	1.378 Juta / *Million*
ROTF	0.2 Juta / *Million*	0.268 Juta / *Million*
Jumlah Keseluruhan / *Total* (RM / *Juta / Million*)	13.0 Juta / *Million*	13.075 Juta / *Million*

Rajah 4: Perbandingan Bilangan Keseluruhan Usahawan, Pengunjung dan Nilai MOU/MOA Kluster Utama FAMA pada MAHA 2022 dan MAHA 2024
Figure 4: *Comparison of the Number of Entrepreneurs Involved, Number of Visitors, and Value of MOUs/MOAs at MAHA 2022 and MAHA 2024*



*Nilai MOU/MOA Kluster Utama FAMA pada MAHA 2024 menurun sebanyak 86.63 peratus bernilai RM46, 650,000 berbanding MAHA 2022/ *The value of Primary Cluster MOUs/MOAs at MAHA 2024 decreased by 86.63 percent to RM46,650,000 compared to MAHA 2022.*

"Harvesting Tomorrow Where Dreams Blossom" Tema MAHA 2024 yang berlangsung pada 11 hingga 22 September 2024 bertempat di MAEPS Serdang Selangor, melibatkan pengisian lima (5) kluster utama oleh FAMA iaitu Kluster Food Empire and Food Viral, Agrotrade, Kingdom of AgroFood, Food Truck Fiesta dan juga Rhythm of The Farmers dengan catatan nilai jualan iaitu RM13.075 juta (100.58 peratus) berbanding sasaran ditetapkan RM13 juta seperti di **Rajah 3.** Manakala **Rajah 4** menunjukkan perbandingan bilangan usahawan yang terlibat serta pengunjung yang mengunjungi kluster utama FAMA pada MAHA 2022 berbanding MAHA 2024 serta nilai MOU/MOA yang direkodkan.

Kluster Empayar Makanan MAHA

Dulunya dikenali sebagai Empayar Makanan dan pada tahun ini dijenamakan semula sebagai Food Empire dan Viral Food Valley merupakan salah satu kluster yang wajib dilaksanakan semasa penganjuran MAHA 2024. Semasa penganjuran MAHA tahun 2022, kluster ini telah memberi manfaat kepada 65 orang usahawan dengan nilai jualan sebanyak RM2.6 juta.

Kluster ini menyajikan menu makanan popular dan viral daripada 14 buah negeri di seluruh Malaysia dari Semenanjung sehingga Sabah dan Sarawak serta makanan daripada luar negara yang menjadi kegemaran masyarakat di Malaysia.

Food Empire dan Viral Food Valley mempromosikan kepelbagaian makanan dan minuman yang terdapat di Malaysia sekaligus dapat meningkatkan permintaan

*"Harvesting Tomorrow Where Dreams Blossom" is the theme of MAHA 2024, which was held from 11 to 22 September 2024 at MAEPS Serdang, Selangor. The participation of FAMA involved five (5) main clusters, namely the Food Empire and Food Viral Cluster, Agrotrade, Kingdom of AgroFood, Food Truck Fiesta, and Rhythm of the Farmers, recording a sales value of RM13.075 million (100.58 percent) compared to the set target of RM13 million, as shown in **Figure 3**. Meanwhile, **Figure 4** shows a comparison of the number of entrepreneurs involved and visitors attending FAMA's main clusters at MAHA 2022 and MAHA 2024, as well as the recorded value of MOUs/MOAs.*

MAHA Food Empire Cluster

Previously known as Empayar Makanan and rebranded this year as Food Empire and Viral Food Valley, this cluster was one of the key clusters that had to be implemented during MAHA 2024. During MAHA 2022, the cluster benefited 65 entrepreneurs and recorded sales amounting to RM2.6 million.

This cluster features popular and viral food menus from 14 states across Malaysia, from Peninsular Malaysia to Sabah and Sarawak, as well as international foods that are favourites among the Malaysian community.

Food Empire and Viral Food Valley promotes the diversity of food and beverages available in Malaysia, while at the same time increasing demand for local

terhadap hasil pertanian tempatan melalui perkembangan positif industri kulinari Malaysia. MAHA 2024 yang diadakan ini menawarkan sebanyak 78 lot jualan kepada usahawan dengan 1,001 keunikan rasa makanan dan minuman dijual di kluster ini. Penyajian makanan di sini adalah bertemakan "Malaysia Street Food Lover".

agricultural produce through the positive growth of Malaysia's culinary industry. MAHA 2024 offered a total of 78 sales lots to entrepreneurs, with 1,001 unique food and beverage offerings sold in this cluster. The food presentation here carried the theme "Malaysia Street Food Lover."

Kluster ini, berjaya menarik 263,100 orang pengunjung sekaligus memberi manfaat kepada 78 orang usahawan dalam menjana dan meningkatkan pendapatan mereka dengan pencapaian nilai jualan sebanyak RM3.941 juta.

This cluster successfully attracted 263,100 visitors, thereby benefiting 78 entrepreneurs in generating and increasing their income, with a sales value of RM3.941 million.

Kluster AgroTrade MAHA

Kluster AgroTrade adalah salah satu komponen utama yang dianjurkan oleh FAMA bagi menyokong dan memperkasa usahawan agro tempatan, terutama dalam aspek pemasaran dan padanan perniagaan. Kluster ini berbeza daripada zon jualan biasa kerana ia lebih fokus kepada perdagangan, jaringan profesional dan kerjasama industri.

AgroTrade MAHA Cluster

The AgroTrade Cluster is one of the main components organised by FAMA to support and empower local agro-entrepreneurs, particularly in marketing and business matching. This cluster differs from the usual sales zones as it focuses more on trade, professional networking, and industry collaboration.

Kluster AgroTrade merupakan salah satu komponen di bawah MAHA Go Global (MGG) yang memfokuskan kepada mengantarabangsakan MAHA pada edisi ke-100 tahun kali ini. Justeru itu, Pavilion AgroTrade mengetengahkan perkhidmatan pembangunan eksport bagi tujuan menyediakan fasilitasi eksport kepada usahawan agromakanan tempatan untuk menembusi pasaran global. Rakan Kerjasama yang terlibat di kluster ini adalah Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), Dagang Net Technologies Sdn Bhd, EXIM Bank, Maju Senja Sdn. Bhd. dan Uniti Asia Link Sdn. Bhd.

The AgroTrade Cluster is one of the components under MAHA Go Global (MGG), which focuses on internationalising MAHA in its 100th edition. In line with this, the AgroTrade Pavilion highlights export development services aimed at providing export facilitation for local agri-food entrepreneurs to penetrate global markets. The partners involved in this cluster are the Ministry of Health Malaysia (MOH), Dagang Net Technologies Sdn Bhd, EXIM Bank, Maju Senja Sdn. Bhd., and Uniti Asia Link Sdn. Bhd.

Kluster AgroTrade ini perlu diteruskan sebagai platform kepada usahawan untuk terus berkembang dan berdaya saing di samping meningkatkan kebolehpasaran produk agromakanan di pasaran luar negara. Pelaksanaan pogram ini memberi impak seperti di **Jadual 2.**

*The AgroTrade Cluster should be continued as a platform for entrepreneurs to further grow and remain competitive, while enhancing the marketability of agri-food products in international markets. The implementation of this programme has generated impacts as shown in **Table 2**.*

Jadual 2. Impak Pelaksanaan Program AgroTrade Sempena MAHA 2024
***Table 2**. Impact of the Implementation of the AgroTrade Programme in Conjunction with MAHA 2024*

BIL / *NO.*	PERKARA / *ITEM*	SASARAN / *TARGET*	PENCAPAIAN / *ACHIEVEMENT*
1.	Bilangan Usahawan Terlibat (Orang) / *No of Entrepreneurs Involved (People)*	15	9
2.	Nilai Jualan (RM/Juta) / *Sales Value (RM/Million)*	0.3	0.127
3.	Potensi Jualan (RM/Juta) / *Sales Potential (RM/Million)*	20.00	38.26
	Nilai Jualan (RM/Juta) / *Sales Value (RM/Million)*		
4.	MOU/MOA (RM/Juta) / *Sales Value (RM/Million)*	15.0	21.0
5.	Bilangan Pengunjung / *No of Visitors*	50,000	76,732

Kluster Kingdom of Agrofood MAHA

Kluster Kingdom of Agrofood MAHA 2024 ini telah menarik penyertaan daripada 116 usahawan dengan 140 reruai yang ditawarkan. Sebanyak 1,111 variati produk telah dipamerkan dan dijual kepada 301,750 pengunjung yang hadir. Nilai MOU Pelaburan sebanyak RM0.65 juta dan potensi jualan yang diterima adalah RM66.740 juta seperti di **Jadual 3**.

Kluster Kingdom of Agrofood MAHA

The Kingdom of Agrofood Cluster at MAHA 2024 attracted the participation of 116 entrepreneurs with 140 booths offered. A total of 1,111 product varieties were exhibited and sold to 301,750 visitors. The investment MOU value recorded was RM0.65 million, while the potential sales achieved amounted to RM66.74 million, as shown in ***Table 3.***

Jadual 3. Sasaran dan Pencapaian Kluster Kingdom of Agrofood, MAHA 2024
Table 3. *Targets and Achievements of Kluster Kingdom of Agrofood, MAHA 2024*

BIL / *NO.*	PERKARA / *ITEM*	SASARAN / *TARGET*	PENCAPAIAN / *ACHIEVEMENT*
1.	Lot Jualan / *Sales Lot*	120 lot	140 lot / *lot*
2.	Jumlah Usahawan / *Total Entrepreneurs*	120 usahawan / *entrepreneurs*	116 usahawan/ *entrepreneurs*
3.	Potensi Jualan RM/Juta / *Sales Potential RM/Million*	Tiada / *None*	RM66 .74Juta / *Million*
4.	MOU RM/Juta /*MOA/RM/Million*	Tiada / *None*	RM0.65 Juta/ *Million*
5.	Bilangan Pengunjung (orang) / *No of Visitors*	300,000	301,750
6.	Nilai Jualan RM/Juta / *Sales Value RM/Million*	RM8 Juta / *Million*	RM7.36 Juta / *Million*



▸ Menara buah berbentuk seperti Menara Berkembar yang diperbuat daripada limau bali di Kluster Kingdom of Agro Food ini berjaya memasuki Malaysia Book of Records sebagai menara buah tertinggi di negara ini, menambah daya tarikan kepada pengunjung di MAHA 2024. / *The fruit tower, shaped like the Twin Towers and made of pomelos, at the Kingdom of Agro Food Cluster successfully entered the Malaysia Book of Records as the tallest fruit tower in the country, adding to the attraction for visitors at MAHA 2024.*

Jumlah jualan keseluruhan Kluster Kingdom of Agrofood pada tahun 2024 adalah sebanyak RM7.361 juta melebihi jumlah jualan yang dilaksanakan semasa MAHA 2022 sebanyak RM5.479 juta. Purata hasil jualan usahawan adalah sebanyak RM56,624.04 bagi setiap usahawan untuk tempoh 12 hari penganjuran. Ini menunjukkan kejayaan dan impak positif program ini terhadap usahawan yang terlibat.

The total sales for the Kingdom of Agrofood Cluster in 2024 amounted to RM7.361 million, significantly higher than the sales recorded during MAHA 2022, which was RM5.479 million. The average sales revenue per entrepreneur was RM56,624.04 for the 12-day event. This demonstrates the success and positive impact of the programme on the participating entrepreneurs.

Rakan kerjasama yang terlibat di dalam kluster ini adalah Unit Peneraju Inovasi Sosial dan Pemindahan Ilmu, Universiti Sains Malaysia, Tik Tok Shop Malaysia Sdn. Bhd., MBG Fruits Sdn. Bhd., Duricious Sdn. Bhd., Malaysia Book of Records Sdn. Bhd., Nu Vending Sdn. Bhd. dan Desaru Fruit Farm Trading.

The partners involved in this cluster are the Social Innovation and Knowledge Transfer Unit, Universiti Sains Malaysia, TikTok Shop Malaysia Sdn. Bhd., MBG Fruits Sdn. Bhd., Duricious Sdn. Bhd., Malaysia Book of Records Sdn. Bhd., Nu Vending Sdn. Bhd., and Desaru Fruit Farm Trading.

Kluster Food Truck

Food Truck Fiesta MAHA 2024 bertemakan "Family, Relaxing, Music, Game dan Digital', dengan menampilkan kepelbagaian imej Food Truck yang menarik dan peragaan produk makanan dan minuman yang bersih, kemas dan teratur disamping ianya dapat meningkatkan daya saing pasaran usahawan.

Food Truck Cluster

The MAHA 2024 Food Truck Fiesta, themed "Family, Relaxing, Music, Game and Digital," showcased a variety of visually appealing food trucks and the display of food and beverage products in a clean, neat, and organised manner, while also enhancing the market competitiveness of entrepreneurs.

Food Truck Fiesta disertai oleh 26 karavan atau *food truck* dengan kepelbagaian makanan di Malaysia serta pelbagai budaya kepada pengunjung MAHA 2024. Dengan konsep ruang makan terbuka menjadi lokasi seisi keluarga bersantai serta beristirehat sambil menikmati kepelbagaian makanan Malaysia. Jumlah jualan keseluruhan Kluster Food Truck Fiesta pada MAHA 2024 adalah sebanyak RM1.378 juta seperti di **Jadual 4**. Purata hasil jualan usahawan adalah sebanyak RM53,011.69 bagi setiap usahawan sepanjang MAHA 2024.

*The Food Truck Fiesta was participated by 26 caravans or food trucks, offering a variety of Malaysian foods and cultural cuisines to visitors at MAHA 2024. With an open dining concept, it served as a family-friendly space for relaxation while enjoying the diverse food offerings of Malaysia. The total sales for the Food Truck Fiesta Cluster at MAHA 2024 amounted to RM1.378 million, as shown in **Table 4**. The average sales revenue per entrepreneur was RM53,011.69 throughout MAHA 2024.*

Jadual 4. Sasaran dan Pencapaian Kluster Food Truck Fiesta MAHA 2024
Table 4. *Targets and Achievements of The Food Truck Fiesta Cluster, MAHA 2024*

BIL / *NO.*	PERKARA / *ITEM*	SASARAN / *TARGET*	PENCAPAIAN / *ACHIEVEMENT*
1.	Bilangan Usahawan Terlibat *No of Entrepreneurs Involved*	25	26
2.	Nilai Jualan (RM/Juta) / *Sales Value (RM/Million)*	RM 1.0 juta / *million*	RM 1.378 juta/ *million*
3.	Potensi Jualan (RM/Juta) / *Sales Potential (RM/Million)*	RM0.050 juta / *million*	RM0.720 juta / *million*
4.	MOU/MOA (RM/Juta) / *(RM/Million)*	Tiada / *None*	RM 25.0 juta / *million*
5.	Bilangan Pengunjung (Orang) / *No of Visitors*	100,000	132,600
6	Pembayaran Tanpa Tunai / *Cashless Payment*	15,600 Transaksi / *Transactions*	23,907 Transaksi / *Transactions*

Rhythm of the Farmers (ROTF)

Rhythm of The Farmers (ROTF) MAHA 2024 ROTF merupakan salah satu kluster utama dalam MAHA 2024 yang dianjurkan oleh FAMA. Kluster ini menggabungkan elemen hiburan, budaya dan kerohanian, bertujuan untuk memberikan pengalaman yang menyeluruh kepada pengunjung. ROTF berjaya mengubah landskap MAHA 2024 kepada karnival pertanian yang menyeronokkan dan menceriakan pengunjung ke MAHA.

ROTF merupakan kluster yang menampilkan pelbagai aktiviti hiburan dan budaya, termasuk konsert muzik dengan persembahan artis tempatan, persembahan kebudayaan yang mencerminkan kepelbagaian etnik Malaysia, serta aktiviti kerohanian seperti ceramah agama.

Berdasarkan kejayaan MAHA 2024, pelaksanaan MAHA pada masa hadapan akan menekankan pendekatan yang lebih strategik bertujuan memastikan MAHA akan terus menjadi platform utama promosi sektor pertanian, hortikultur dan agro-pelancongan, memperkukuh kebolehpasaran produk tempatan serta meningkatkan impak ekonomi dan sosial kepada usahawan dan masyarakat seperti yang diperjelaskan di dalam **Rajah 5** Hala Tuju Pelaksanaan MAHA .

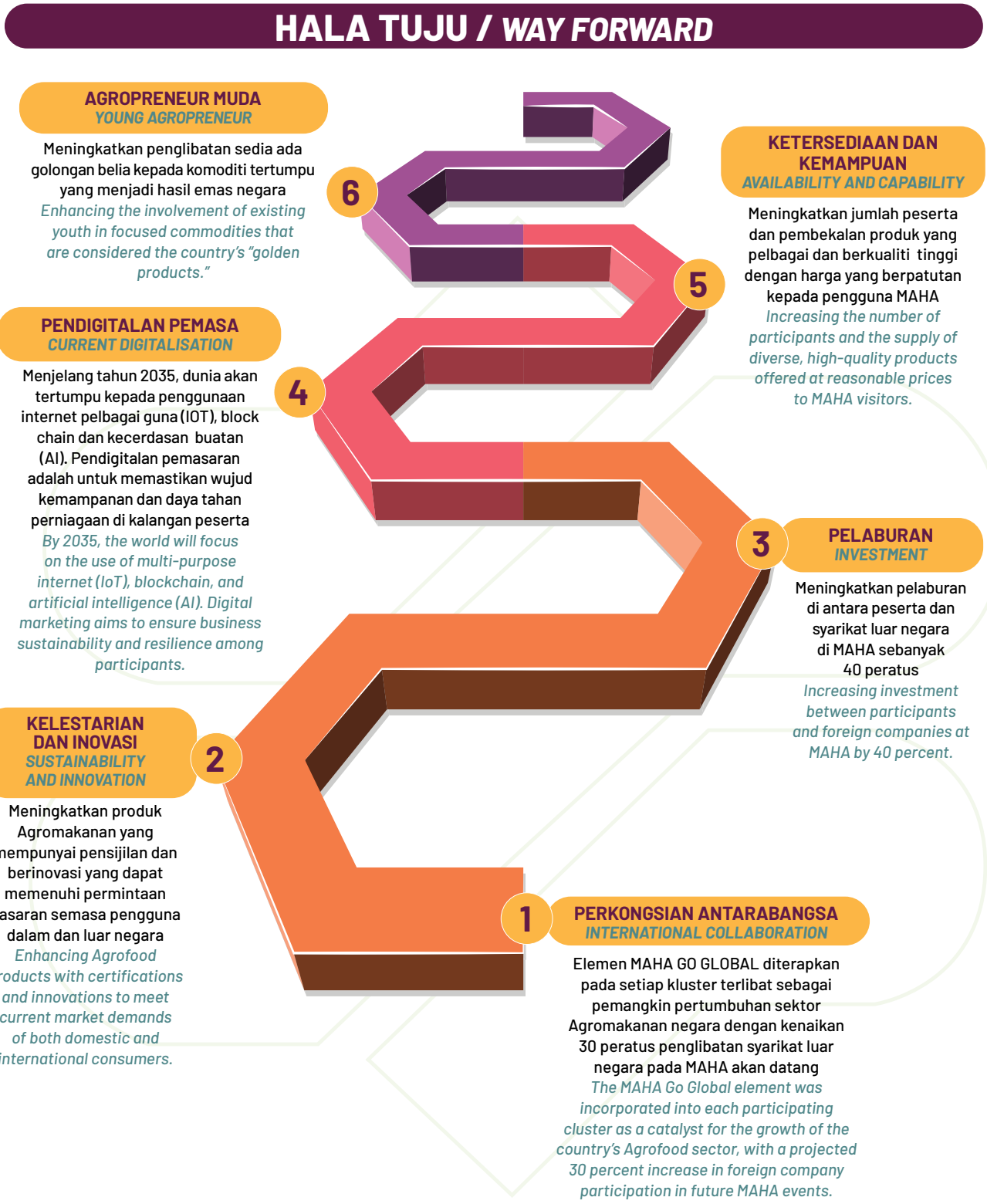
Rhythm of the Farmers (ROTF)

Rhythm of The Farmers (ROTF) MAHA 2024 (ROTF) was one of the main clusters in MAHA 2024 organised by FAMA. This cluster combined elements of entertainment, culture, and spirituality, with the aim of providing a holistic experience to visitors. ROTF successfully transformed the landscape of MAHA 2024 into an enjoyable agricultural carnival and brought cheer to visitors attending MAHA.

ROTF was a cluster that featured various entertainment and cultural activities, including music concerts with performances by local artists, cultural performances reflecting Malaysia's ethnic diversity, as well as spiritual activities such as religious talks.

*Based on the success of MAHA 2024, future implementation of MAHA will emphasise a more strategic approach aimed at ensuring that MAHA continues to serve as the premier platform for promoting the agriculture, horticulture, and agrotourism sectors, strengthening the marketability of local products, and enhancing the economic and social impact on entrepreneurs and the community, as illustrated in **Figure 5** Way Forward for the Implementation of MAHA.*

Rajah 5. Hala Tuju Pelaksanaan MAHA
Figure 5. *Way Forward for the Implementation of MAHA*





LAPORAN PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SUMBER DANA KERAJAAN PERSEKUTUAN

Report on Receipts and Usage of Federal Government Fund Resources

03

LAPORAN KE ATAS GERAN BANTUAN KERAJAAN
REPORT ON GOVERNMENT AID GRANTS

Geran Peruntukan Sedia Ada

Kerajaan Persekutuan telah meluluskan geran Mengurus dan Pembangunan sedia ada berjumlah RM220,761,500 (2023: RM261,410,000) bagi tahun kewangan 2024 dengan pengurangan sebanyak 16 peratus berbanding tahun sebelumnya.

Geran Mengurus sedia ada yang diluluskan pada tahun semasa adalah sebanyak RM179,480,000 iaitu meningkat sebanyak 3 peratus berbanding tahun 2023. Manakala geran Pembangunan sedia ada yang diluluskan dan diterima pada tahun semasa pula adalah sebanyak RM41,281,500. Geran Mengurus dan Pembangunan sedia ada yang diterima bagi tempoh tiga tahun adalah seperti di **Jadual 5** dan **Rajah 6** di bawah.

Existing Allocation Grant

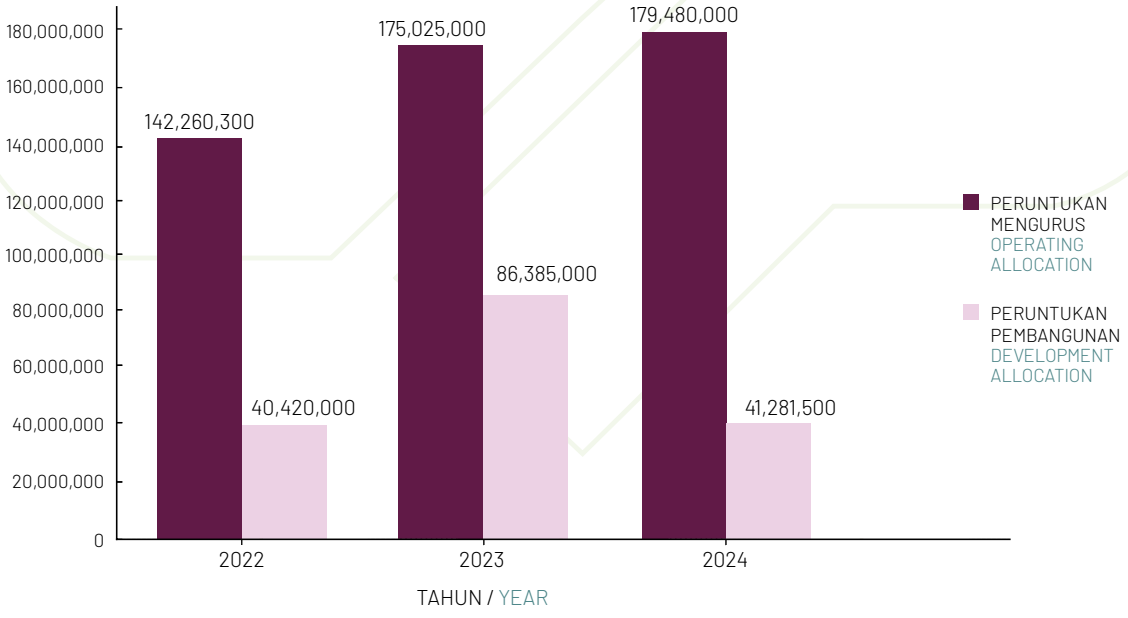
The Federal Government approved existing Operating and Development Grants totalling RM220,761,500 (2023: RM261,410,000) for the 2024 financial year, representing a reduction of 16 percent compared to the previous year.

*The existing Operating Grant approved for the current year amounted to RM179,480,000, reflecting an increase of 3 percent compared to 2023. Meanwhile, the existing Development Grant approved and received in the current year totalled RM41,281,500. The existing Operating and Development Grants received over a three-year period are presented in **Table 5** and **Figure 6** below.*

Jadual 5. Geran Peruntukan Sedia Ada Tahun 2022 – 2024
Table 5. *Existing Allocation Grants for the Years 2022 – 2024*

TAHUN *YEAR*	PERUNTUKAN MENGURUS *OPERATING ALLOCATION*	PERUNTUKAN PEMBANGUNAN *DEVELOPMENT ALLOCATION*	JUMLAH *TOTAL*
2022	142,160,300	40,420,000	182,580,300
2023	175,025,000	86,385,000	261,410,000
2024	179,480,000	41,281,500	220,761,500

Rajah 6. Perbandingan Peruntukan Mengurus dan Pembangunan Tahun 2022-2024
Figure 6. *Comparison of Operating and Development Allocations for the Year 2022-2024*



Geran Peruntukan Lain

Selain Geran Peruntukan Sedia Ada, FAMA juga menerima geran peruntukan lain atau dana khas yang diterima pada tahun 2024 adalah berjumlah RM46,348,932. Dana khas FAMA adalah merupakan dana bagi projek khas yang dilaksanakan oleh pihak FAMA seperti Program Pengukuhan Pemasaran, Program Ladang Kontrak, Program Memperkasa Usahawan Bumiputera, Program MAHA dan program-program lain yang berkaitan dengan fungsi dan peranan FAMA.

Other Allocation Grant

In addition to the Existing Allocation Grants, FAMA also received other allocation grants or special funds amounting to RM46,348,932 in 2024. These special funds are allocated for specific projects implemented by FAMA, such as the Marketing Strengthening Programme, Contract Farming Programme, Bumiputera Entrepreneur Empowerment Programme, MAHA Programme, and other programmes aligned with FAMA's functions and roles.

PRESTASI PERBELANJAAN PERUNTUKAN GERAN SEDIA ADA

Peruntukan Mengurus

Berdasarkan jumlah peruntukan yang diperolehi sebanyak RM179,480,000, FAMA mencatatkan prestasi perbelanjaan mengurus bagi tahun semasa sebanyak RM178,051,923 iaitu 99 peratus dari jumlah geran yang diluluskan. Baki sebanyak 1 peratus adalah merupakan perbelanjaan di bawah objek sebagai 40000 iaitu pemberian lain serta objek 52000 bayaran-bayaran lain. FAMA telah dikenakan sekatan tunai bagi peruntukan Mengurus tahun 2024 apabila tunai yang diterima adalah berjumlah RM164,300,300 berbanding jumlah peruntukan yang diluluskan. Tampungan sekatan adalah menggunakan peruntukan sumber dalaman FAMA. Prestasi perbelanjaan Peruntukan Mengurus bagi tahun 2024 adalah seperti di **Jadual 6** dan **Rajah 7** di bawah.

PERFORMANCE OF EXPENDITURE ON EXISTING ALLOCATION GRANTS

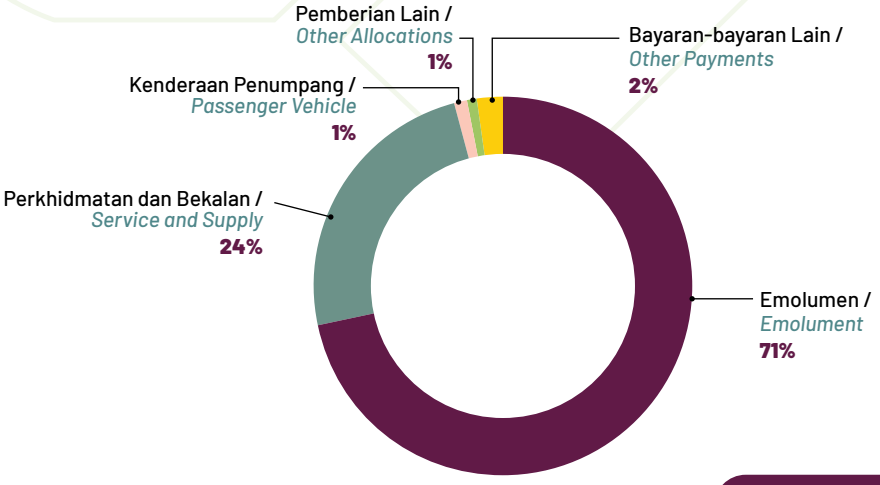
Operating Allocation

*Based on the total approved allocation of RM179,480,000, FAMA recorded operating expenditure for the current year amounting to RM178,051,923, representing 99 percent of the total approved grant. The remaining 1 percent relates to expenditure under Object Code 40000 (other grants) and Object Code 52000 (other payments). FAMA was subject to cash restrictions for the 2024 Operating Allocation, as the cash received amounted to RM164,300,300 compared to the total approved allocation. The shortfall arising from the cash restriction was covered using FAMA's internal resources. The operating expenditure performance for the 2024 Operating Allocation is presented in **Table 6** and **Figure 7** below.*

Jadual 6. Prestasi Perbelanjaan Geran Peruntukan Mengurus Sedia Ada Tahun 2024 Dibandingkan Mengikut Lejar Peruntukan
Table 6. *Performance of Expenditure for Existing Operating Allocations Grant in 2024 Compared by Allocation Ledger*

	PERUNTUKAN / *ALLOCATION*	GERAN / *GRANT* (RM)	PERBELANJAAN / *EXPENDITURE* (RM)	%
1.	Emolumen / *Emolument*	127,400,000	127,686,281	71
2.	Perkhidmatan dan Bekalan / *Service and Supply*	45,141,180	43,923,221	24
3.	Kenderaan Penumpang / *Passenger Vehicle*	980,000	980,000	1
3.	Pemberian Lain / *Other Allocations*	1,409,000	1,249,378	1
4.	Bayaran-Bayaran Lain / *Other Payments*	4,549,820	4,213,043	2
	JUMLAH / *TOTAL*	**179,480,000**	**178,051,923**	**99**

Rajah 7. Peratusan Perbelanjaan Geran Peruntukan Mengurus Sedia Ada bagi Tahun 2024 Dibandingkan Dengan Jumlah Peruntukan Diterima
Figure 7. *Percentage of Expenditure of Existing Operating Allocations Grant for Year 2024 Compared with Total Allocations Received*



Peruntukan Pembangunan

Pada tahun 2024, jumlah peruntukan yang telah diperolehi adalah sebanyak RM41,281,500. Daripada peruntukan tersebut prestasi perbelanjaan tahun 2024 ialah RM40,621,150 (termasuk tanggungan) iaitu 98 peratus daripada jumlah peruntukan tersebut. Prestasi perbelanjaan Peruntukan Pembangunan bagi tempoh tiga tahun adalah seperti di **Jadual 7** dan **Rajah 8** di bawah.

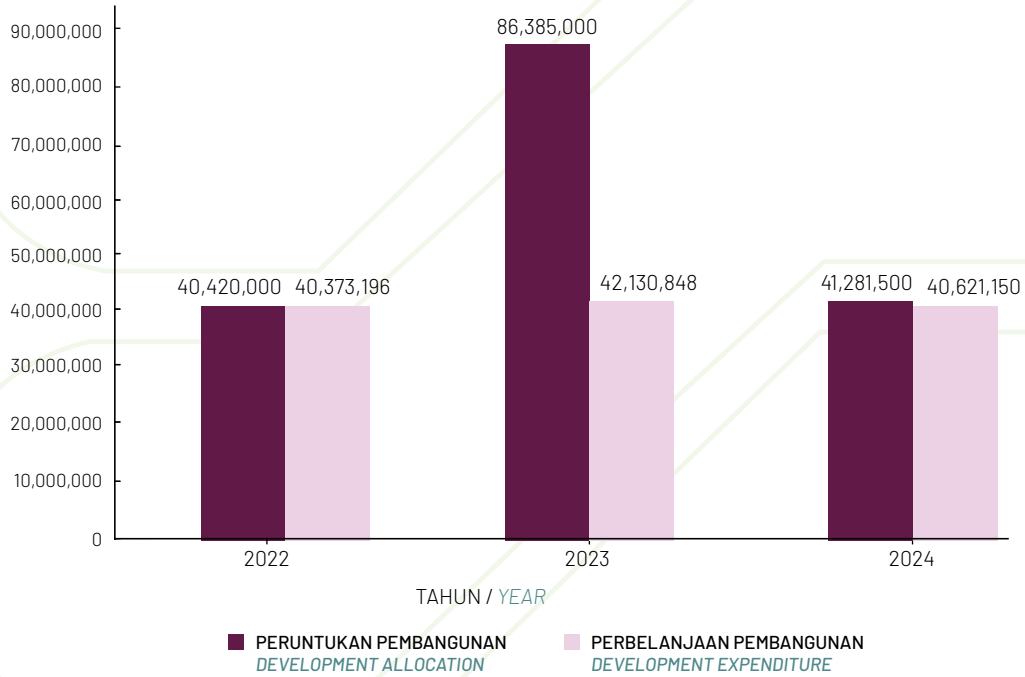
Development Allocation

*In 2024, the total allocation received amounted to RM41,281,500. Of this allocation, the expenditure performance for 2024 was RM40,621,150 (including commitments), representing 98 percent of the total allocation. The expenditure performance of the Development Allocation over the three-year period is shown in **Table 7** and **Figure 8** below.*

Jadual 7. Prestasi Perbelanjaan Geran Pembangunan Sedia Ada Tahun 2022-2024
Table 7. *Expenditure Performance of Existing Development Grants for Year 2022–2024*

TAHUN *YEAR*	PERUNTUKAN PEMBANGUNAN *DEVELOPMENT ALLOCATION*	PERBELANJAAN PEMBANGUNAN *DEVELOPMENT EXPENDITURE*	%
2022	40,420,000	40,373,196	99
2023	86,385,000	42,130,848	49
2024	41,281,500	40,621,150	98

Rajah 8. Prestasi Perbelanjaan Geran Pembangunan Sedia Ada bagi Tahun 2022-2024
Figure 8. *Expenditure Performance of Existing Development Grants for Year 2022–2024*



Perakaunan Peruntukan Pembangunan Sedia Ada dan Dana Khas

Kedua-dua jenis peruntukan pembangunan yang diterima (dana pembangunan sedia ada dan dana khas) diperakaunkan sebagai geran tertunda dan dilunaskan apabila perbelanjaan dibuat. Jumlah geran pembangunan yang telah dilunaskan bagi tahun 2024 berjumlah RM141,214,573, manakala baki terkumpul geran tertunda pada tahun 2024 yang belum dilunaskan berjumlah RM51,686,692 berbanding baki pada tahun 2023 berjumlah RM115,189,855.

Accounting of Existing Development Allocations and Special Funds

Both types of development allocations received (existing development funds and special funds) are accounted for as deferred grants and are released when expenditures are made. The total development grants released in 2024 amounted to RM141,214,573, while the accumulated balance of deferred grants not yet released in 2024 was RM51,686,692, compared to a balance of RM115,189,855 in 2023.

ANALISIS PRESTASI KEWANGAN

Terimaan dan Lebihan/Kurangan Pendapatan Atas Perbelanjaan

Pada keseluruhannya, pendapatan Kumpulan FAMA bagi tahun berakhir 31 Disember 2024 meningkat kepada RM432,131,481 berbanding tahun 2023 sebanyak RM389,148,290 dengan peningkatan sebanyak RM42,983,191.

Pendapatan hasil kumpulan FAMA terdiri daripada hasil urusniaga bukan pertukaran iaitu pemberian geran kerajaan RM164,300,300, pelunasan geran pembangunan RM141,214,573 serta lesen, permit dan denda RM3,240,810. Manakala bagi hasil urusniaga pertukaran ialah keuntungan atas simpanan tetap dan pinjaman RM3,730,194, jualan RM96,870,878 dan sewaan dan perkhidmatan RM16,950,843 serta pendapatan pelbagai RM5,823,884.

Rajah 9 Menunjukkan pendapatan Kumpulan FAMA bagi tahun 2024 berjumlah RM432,131,481. Sebahagian besar pendapatan ini adalah merupakan Peruntukan Geran Kerajaan Persekutuan iaitu sebanyak RM305,514,873 atau 71 peratus daripada keseluruhan pendapatan. Manakala baki selebihnya berjumlah RM126,616,608 atau 29 peratus adalah merupakan pendapatan seperti aktiviti-aktiviti jualan urusniaga, sewaan, dividen, permit, lesen dan denda, serta pendapatan pelbagai.

FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS

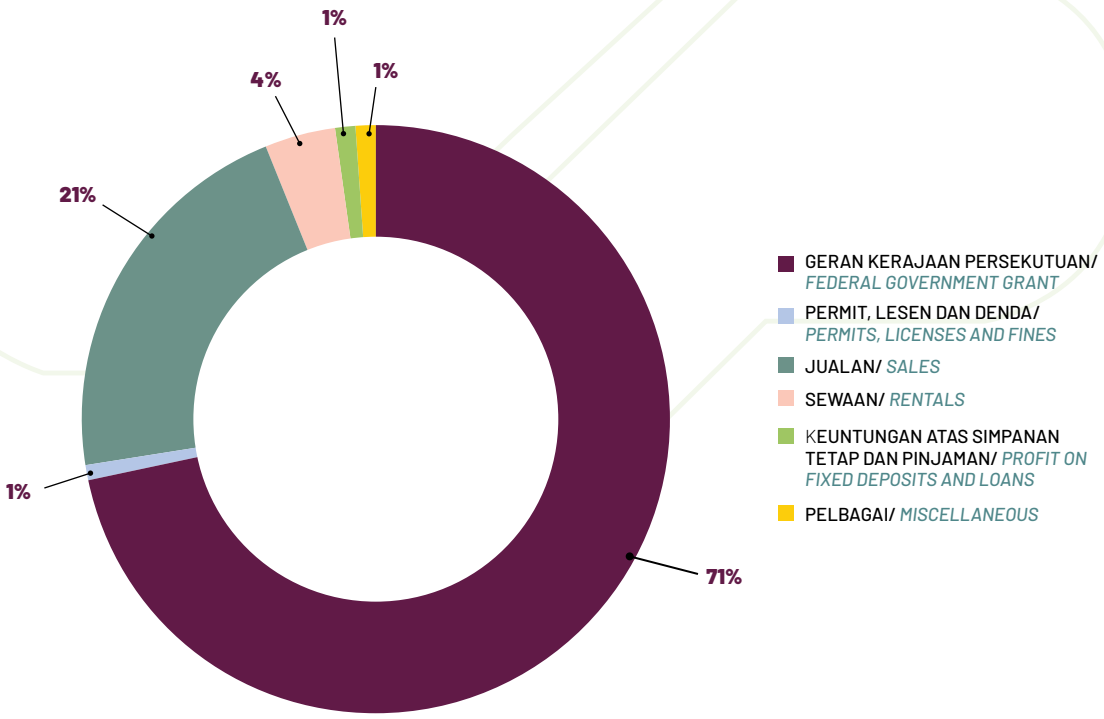
Revenue Receipts and Surplus/Deficit over Expenditure

Overall, the FAMA Group's revenue for the year ended 31st December 2024 increased to RM432,131,481 compared to RM389,148,290 in 2023, representing an increase of RM42,983,191.

The FAMA Group's revenue comprises non-exchange transaction income, including government grant allocations of RM164,300,300, development grant releases of RM141,214,573, and licenses, permits, and fines of RM3,240,810. Exchange transaction income includes interest income from fixed deposits and loans of RM3,730,194, sales of RM96,870,878, rental and service income of RM16,950,843, and other miscellaneous income of RM5,823,884.

***Figure 9** Shows that the FAMA Group's revenue for 2024 amounted to RM432,131,481. The majority of this revenue came from Federal Government Grant Allocations, totaling RM305,514,873 or 71 percent of the total revenue. The remaining RM126,616,608, or 29 percent, was generated from activities such as transactional sales, rentals, dividends, permits, licenses and fines, as well as other miscellaneous income.*

Rajah 9. Agihan Pendapatan Lembaga bagi Tahun 2024
***Figure 9.** Board Revenue Distribution for Year 2024*

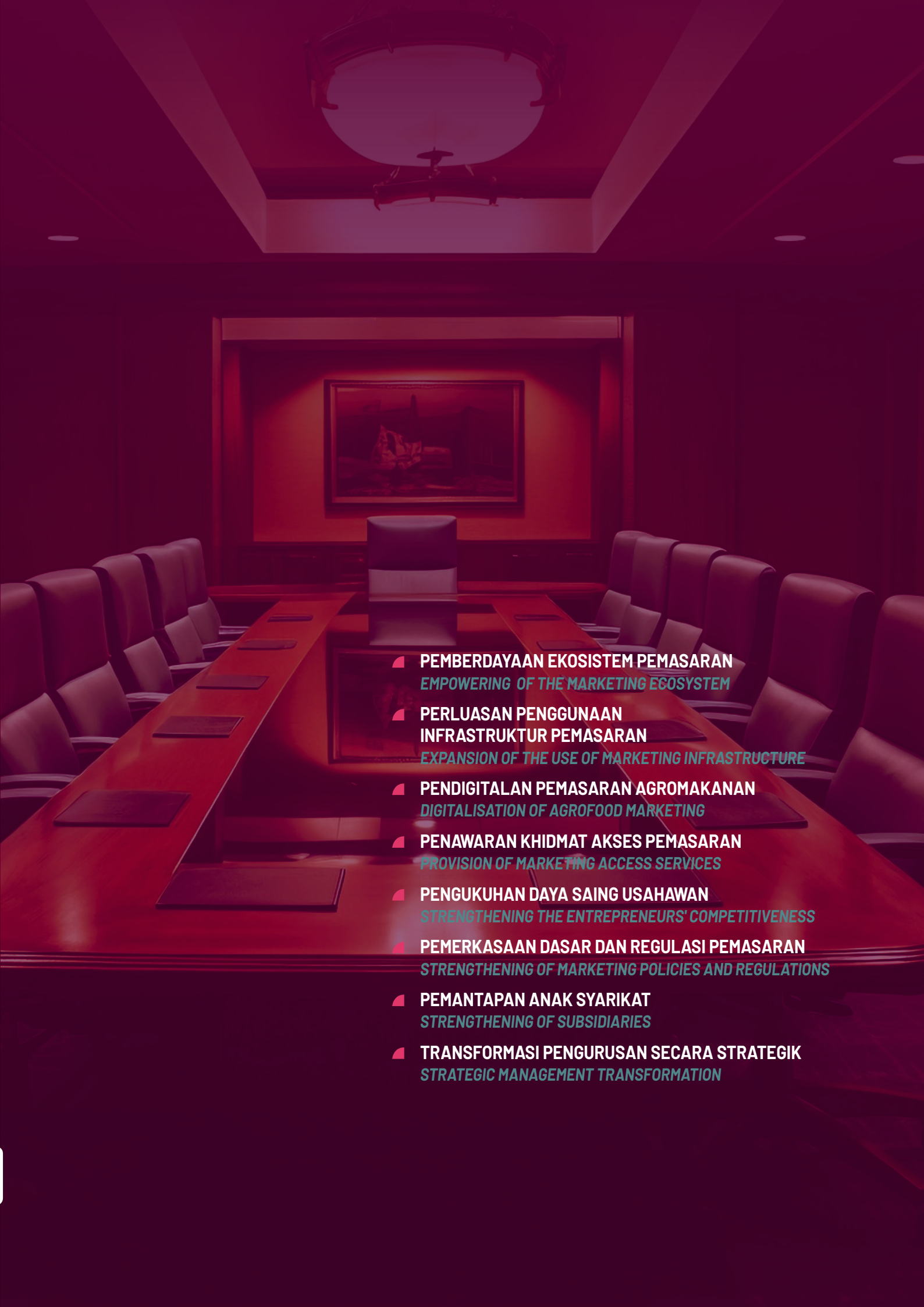




LAPORAN PRESTASI FAMA TAHUN 2024

Report on FAMA Performance in 2024

04



- **PEMBERDAYAAN EKOSISTEM PEMASARAN**
  EMPOWERING OF THE MARKETING ECOSYSTEM
- **PERLUASAN PENGGUNAAN INFRASTRUKTUR PEMASARAN**
  EXPANSION OF THE USE OF MARKETING INFRASTRUCTURE
- **PENDIGITALAN PEMASARAN AGROMAKANAN**
  DIGITALISATION OF AGROFOOD MARKETING
- **PENAWARAN KHIDMAT AKSES PEMASARAN**
  PROVISION OF MARKETING ACCESS SERVICES
- **PENGUKUHAN DAYA SAING USAHAWAN**
  STRENGTHENING THE ENTREPRENEURS' COMPETITIVENESS
- **PEMERKASAAN DASAR DAN REGULASI PEMASARAN**
  STRENGTHENING OF MARKETING POLICIES AND REGULATIONS
- **PEMANTAPAN ANAK SYARIKAT**
  STRENGTHENING OF SUBSIDIARIES
- **TRANSFORMASI PENGURUSAN SECARA STRATEGIK**
  STRATEGIC MANAGEMENT TRANSFORMATION

PEMBERDAYAAN EKOSISTEM PEMASARAN
EMPOWERING OF THE MARKETING ECOSYSTEM

Pemberdayaan ekosistem pemasaran melibatkan kerjasama pelbagai pihak seperti pengeluar, pengedar, pengguna dan agensi/jabatan/kementerian bagi mengukuhkan rantaian pemasaran.

FAMA memainkan peranan penting dengan membantu petani memasarkan hasil secara berkesan, menyediakan saluran pasaran, merancang pemasaran semasa dari segi bekalan dan permintaan serta membantu pemasaran khususnya apabila berlakunya kurangan atau lebihan hasil pertanian di pasaran.

Melalui peranan ini, FAMA memperkukuh ekosistem pemasaran yang inklusif, mampan dan berorientasikan pasaran menerusi outlet peruncitan, pengedaran dan program intervensi seterusnya memberdayakan komuniti agromakanan untuk lebih berdaya saing di peringkat tempatan dan global.

Empowering the marketing ecosystem involves collaboration among various stakeholders such as producers, distributors, consumers, and agencies/ departments/ministries to strengthen the marketing value chain.

FAMA plays an important role by assisting farmers in marketing their produce effectively, providing market channels, planning marketing activities based on supply and demand conditions, and supporting marketing efforts, particularly during periods of agricultural produce shortages or surpluses in the market.

Through this role, FAMA strengthens an inclusive, sustainable, and market-oriented marketing ecosystem through retail outlets, distribution networks, and intervention programmes, thereby empowering the agrofood community to become more competitive at both the local and global levels.

OUTLET PERUNCITAN

Agrobazaar K-Shoppe

Selaras dengan usaha berterusan FAMA dalam memperkasakan pemasaran agromakanan untuk meningkatkan pendapatan rakyat, aktiviti pemborongan dan peruncitan produk Industri Asas Tani (IAT) diperkukuh menerusi pembangunan outlet Agrobazaar K-Shoppe.

Agrobazaar K-Shoppe merupakan premis milik usahawan yang dinaik taraf menjadi outlet bimbingan FAMA dengan bantuan insentif dalam bentuk peralatan sokongan seperti rak paparan, kelengkapan pameran jualan dan kerja-kerja pengecatan. Bantuan disalurkan dalam bentuk geran bernilai maksimum hingga RM20,000 bagi usahawan yang layak sebagai galakan untuk memasarkan produk-produk IAT secara lebih meluas dan tersusun.

Sebanyak 48 buah Agrobazaar K-Shoppe baharu dan 18 buah outlet sedia ada dinaik taraf pada tahun 2024 menjadikan jumlah keseluruhan outlet beroperasi di seluruh negara adalah 320 buah melibatkan 4,930 usahawan berbanding 278 buah outlet pada tahun 2023. Terdapat pemutihan enam (6) buah Agrobazaar K-Shoppe yang tidak aktif disebabkan usahawan menutup perniagaan atas faktor kesihatan, masalah kewangan dan menukar jenis perniagaan.

Peluasan ini menyumbang kepada peningkatan nilai jualan sebanyak 8.3 peratus, dengan jumlah jualan

RETAIL OUTLET

Agrobazaar K-Shoppe

In line with the continuous efforts of FAMA to strengthen agri-food marketing and enhance the income of the people, the wholesale and retail activities of Agro-Based Industry (IAT) products were reinforced through the development of Agrobazaar K-Shoppe outlets.

Agrobazaar K-Shoppe refers to entrepreneur-owned premises that are upgraded into FAMA-assisted outlets through incentive support in the form of equipment such as display racks, sales exhibition fittings, and painting works. Assistance is channelled in the form of grants of up to RM20,000 for eligible entrepreneurs as an incentive to market IAT products more widely and systematically.

A total of 48 new Agrobazaar K-Shoppe outlets were established and 18 existing outlets were upgraded in 2024, bringing the total number of operating outlets nationwide to 320, involving 4,930 entrepreneurs, compared to 278 outlets in 2023. There was also a rationalisation of six (6) inactive Agrobazaar K-Shoppe outlets due to entrepreneurs ceasing operations because of health factors, financial problems, and changes in business type.

This expansion contributed to an 8.3 percent increase in sales value, with total sales reaching RM170.30 million

mencecah RM170.30 juta berbanding RM157.32 juta pada tahun sebelumnya. Kenaikan ini dipacu oleh pertumbuhan kuasa beli pengguna serta strategi promosi yang lebih agresif dan kreatif oleh usahawan.

Perkembangan positif ini mencerminkan keberkesanan pendekatan pemerkasaan rantaian pemasaran tempatan dalam merangsang ekonomi usahawan tani dan pada masa yang sama, membantu rakyat mendapatkan akses kepada produk agromakanan berkualiti pada harga berpatutan.

compared to RM157.32 million in the previous year. The increase was driven by the growth in consumer purchasing power as well as more aggressive and creative promotional strategies implemented by entrepreneurs.

This positive development reflects the effectiveness of the local marketing chain empowerment approach in stimulating the agri-entrepreneur economy while simultaneously enabling the public to access quality agrofood products at affordable prices.

Jadual 8. Perbandingan Prestasi Agrobazaar K-Shoppe bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 8. *Performance Comparison of Agrobazaar K-Shoppe for Years 2023 and 2024*

TAHUN *YEAR*	BILANGAN AGROBAZAAR K-SHOPPE (TERKUMPUL) *NO OF AGROBAZAAR K-SHOPPE (CUMULATIVE)*	USAHAWAN DIBANTU (ORANG) *ENTREPRENEURS ASSISTED (PERSONS)*	NILAI JUALAN (RM/JUTA) *SALES VALUE (RM/MILLION)*
2023	278	4,687	157.32
2024	320	4,930	170.30

Pembangunan Agrobazaar K-Shoppe Baharu Tahun 2024

Nama Usahawan	Margaretha Tiud Anak Tawi
Nama Syarikat	Brielle Enterprise
Lokasi	Grd Floor, Lot 9623, Assar Commercial Centre, 98000 Miri, Sarawak
Purata Nilai Jualan/Bulan	RM 13,760
Nilai Bantuan Geran	RM20,000
Jenis Insentif Bantuan	Papan Tanda, Rak Gondola dan Chiller

New Development of Agrobazaar K-Shoppe Year 2024

Entrepreneur Name	*Margaretha Tiud Anak Tawi*
Company Name	*Brielle Enterprise*
Location	*Grd Floor, Lot 9623, Assar Commercial Centre, 98000 Miri, Sarawak*
Average Monthly Sales Value	*RM13,760*
Grant Assistance Value	*RM20,000*
Type of Incentive Support	*Signboards, Gondola Racks, and Chillers*

Sebelum/ *Before:*





Selepas/ *After:*







Naik taraf Agrobazaar K-Shoppe Sedia Ada Tahun 2024

Nama Usahawan	Maemunah Abd Rashid
Nama Syarikat	Bakeri Ulul Albab AFT
Lokasi	Lot 36, Bandar Sri Perdana, Lorong 2 Jalan Silam, 91100 Lahad Datu, Sabah
Purata Nilai Jualan/Bulan	RM 60,000
Nilai Bantuan Geran	RM5,00
Jenis Insentif Bantuan	Papan Tanda, Bunting Promosi dan Penunjuk Arah

Upgraded Existing Agrobazaar K-Shoppe in 2024

Entrepreneur Name	*Maemunah Abd Rashid*
Company Name	*Bakeri Ulul Albab AFT*
Location	*Lot 36, Bandar Sri Perdana, Lorong 2 Jalan Silam, 91100 Lahad Datu, Sabah*
Average Monthly Sales Value	*RM60,000*
Grant Assistance Value	*RM5,000*
Type of Incentive Support	*Signboards, Promotional Buntings, and Directional Signage*

Sebelum/ *Before*:



Selepas/ *After*:



Papan Tanda Kedai/
Shop Signboard



Papan Tanda Penunjuk Arah
Directional Signboard



Bunting Promosi Usahawan/
Entrepreneur Promotional Bunting

Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR)

Aktiviti pengedaran FAMA juga dijalankan di Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR) yang berperanan sebagai ejen tempat mengumpul, membeli dan menjual hasil pertanian yang diusahakan oleh petani kecil dan penduduk kampung. Projek AKR merupakan kedai runcit sedia ada milik usahawan yang dinaik taraf supaya mempunyai imej dan identiti seragam dari segi reka bentuk papan tanda, warna cat premis dan susun atur peralatan.

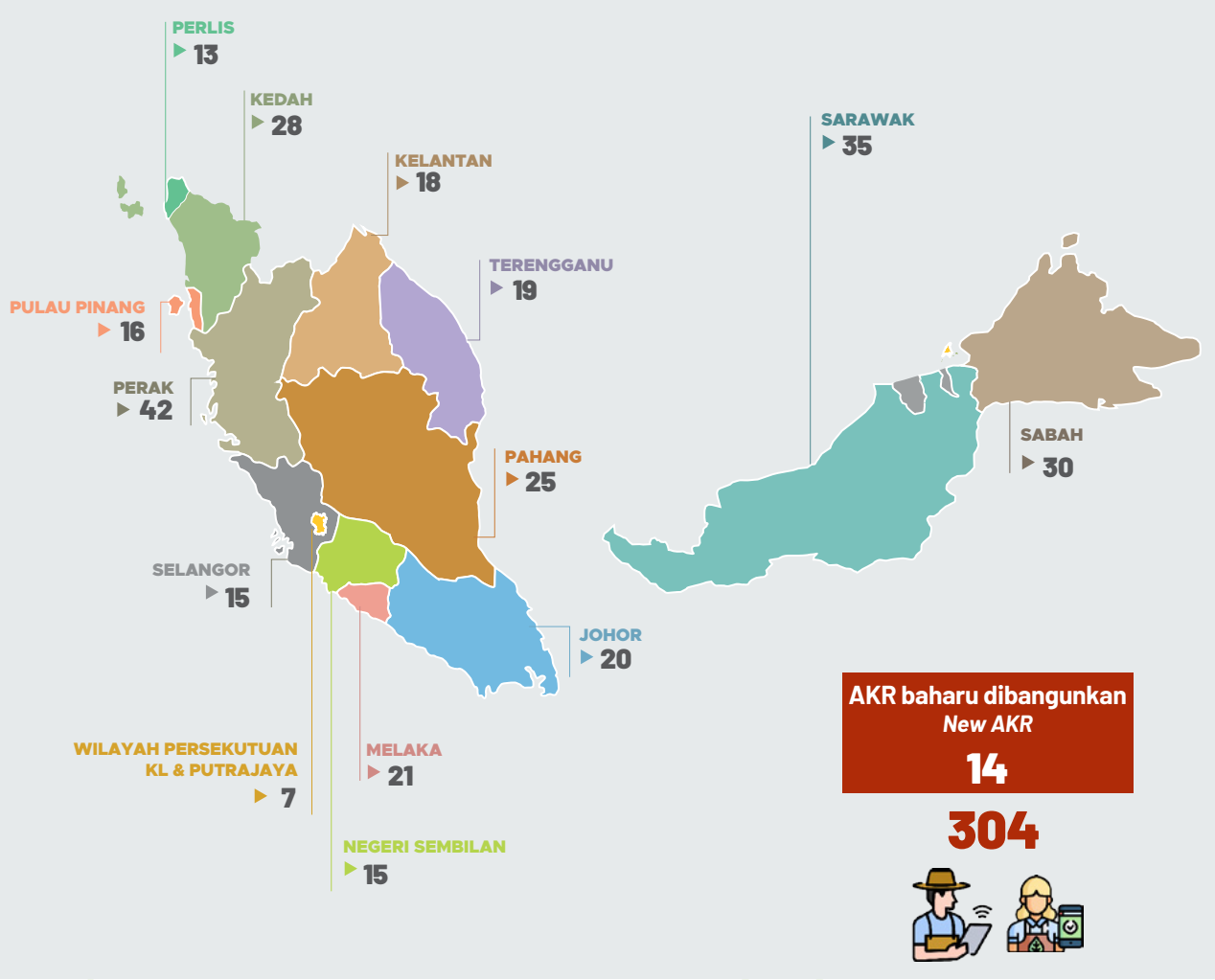
Pada tahun 2024, sebanyak 14 buah premis runcit milik usahawan telah dinaik taraf kepada AKR. Bilangan keseluruhan usahawan AKR adalah seramai 304

Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR)

FAMA's distribution activities are also carried out through Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR), which functions as an agent for collecting, purchasing, and selling agricultural produce cultivated by smallholder farmers and local villagers. The AKR project involves upgrading existing entrepreneur-owned retail shops to establish a uniform image and identity in terms of signboard design, shop paint colours, and equipment layout.

In 2024, a total of 14 entrepreneur-owned retail premises were upgraded to AKR outlets. The total number of AKR entrepreneurs stood at 304, compared to 308 in 2023.

Rajah 10. Bilangan Usahawan AKR Terkumpul mengikut Negeri sehingga 31 Disember 2024
Figure 10. *Cumulative Number of AKR Entrepreneurs by State as of 31st December 2024*



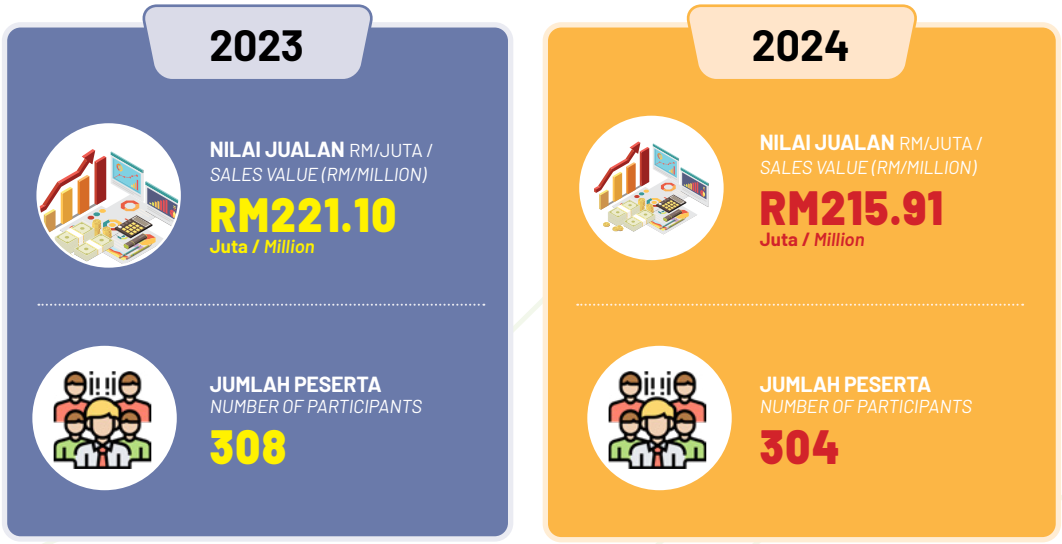
usahawan berbanding 308 usahawan pada tahun 2023. Pengurangan bilangan usahawan ini adalah disebabkan oleh pemutihan 18 buah AKR yang tidak aktif. Pecahan usahawan mengikut negeri adalah seperti di **Rajah 10**.

Nilai jualan AKR pada tahun 2024 mencatatkan penurunan sebanyak 2.35 peratus kepada RM215.91 juta berbanding RM221.10 juta pada tahun 2023. Bagi pemerkasaan pemasaran agromakanan untuk mengurangkan kos sara hidup rakyat dan keterjaminan bekalan makanan, sebanyak 252 buah outlet AKR di seluruh negara telah terlibat dalam program intervensi Beras Putih Tempatan. Seiring dengan hasrat kerajaan supaya kumpulan sasar dan pengguna akhir mendapat barangan dengan harga yang berpatutan, Program Jualan Agro Madani (JAM) turut dilaksanakan di outlet-outlet AKR ini bagi tujuan memudahkan akses pengguna untuk mendapatkan bekalan makanan pada harga yang berpatutan terutamanya di kawasan pinggir bandar dan luar bandar.

The decrease in the number of entrepreneurs was due to the deregistration of 18 inactive AKR outlets. The breakdown of entrepreneurs by state is shown in ***Figure 10****.*

AKR sales in 2024 recorded a decrease of 2.35 percent, amounting to RM215.91 million compared to RM221.10 million in 2023. To strengthen agrofood marketing, reduce the cost of living, and ensure food supply security, a total of 252 AKR outlets nationwide participated in the Local White Rice intervention programme. In line with the government's objective to ensure that target groups and end consumers can access goods at affordable prices, the Agro Madani Sales Programme (JAM) was also implemented at these AKR outlets to facilitate consumer access to food supplies at reasonable prices, particularly in suburban and rural areas.

Rajah 11. Perbandingan Pencapaian Prestasi Usahawan AKR Bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 11. *Comparison of AKR Entrepreneur Performance Achievements for the Years 2023 and 2024*



Naik Taraf AKR Baharu Tahun 2024 / *Newly Upgraded AKR Year 2024*



Sebelum / *Before*:



Selepas / *After*:

BIL. / *NO.*	BUTIRAN / *ITEM*	MAKLUMAT USAHAWAN / *ENTREPRENEUR'S INFORMATION*
1.	Projek / *Project*	Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR) – Naik taraf / *Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR) – Upgraded*
2.	Negeri / *State*	Johor
3.	Lokasi / *Location*	Kg Seri Rejo Sari, Senggarang, Batu Pahat Johor
4.	Usahawan / *Entrepreneur*	Salfarina binti Siam
5.	Purata Nilai Jualan (RM) / *Average Sales Value (RM)*	RM90,000
6.	Nilai Geran (RM) / *Grant Value (RM)*	RM30,000
7.	Jenis Insentif Bantuan / *Type of Incentive Support*	Bantuan peralatan secara in-kind / *In-Kind Equipment Assistance* • Signboard / *Signboard* • Rak Wall Gondola / *Wall Gondola Rack* • Rak End Gondola / *End Gondola Rack* • Rak Island Gondola / *Island Gondola Rack* • Rak Sayur Bertingkat / *Multi-Tier Vegetable Rack* • Rak dan Tong Ikan / *Fish Rack and Bin* • Pallet / *Pallet*

AKR Baharu Tahun 2024 / *New AKR Year 2024*





BIL. / *NO.*	BUTIRAN / *ITEM*	MAKLUMAT USAHAWAN / *ENTREPRENEUR'S INFORMATION*
1.	Projek / *Project*	Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR) - Baru / *Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR) - New*
2.	Negeri / *State*	Johor
3.	Lokasi / *Location*	Kg Seri Rejo Sari, Senggarang, Batu Pahat Johor
4.	Usahawan / *Entrepreneur*	Herman Johan bin Awangku Medan
5.	Purata Nilai Jualan (RM) *Average Sales Value (RM)*	RM 50,000
6.	Nilai Geran (RM) / *Grant Value (RM)*	RM 30,000
7.	Jenis Insentif Bantuan *Type of Incentive Support*	Bantuan peralatan secara in-kind / *In-Kind Equipment Assistance* • Signboard / *Signboard* • Rak Wall Gondola / *Wall Gondola Rack* • Rak End Gondola / *End Gondola Rack* • Rak Island Gondola / *Island Gondola Rack* • Rak Sayur Bertingkat / *Multi-Tier Vegetable Rack* • Rak dan Tong Ikan / *Fish Rack and Bin* • Pallet / *Pallet*

Agrobazaar Rakyat (ABR)

Pembangunan projek Agrobazaar Rakyat (ABR) merupakan premis jualan runcit sedia ada milik usahawan yang dinaik taraf dengan imej yang menarik, tersusun, kemas dan seragam. Pelaksanaan ABR lebih tertumpu di kawasan bandar dan pinggir bandar. ABR berperanan mendapatkan hasil pertanian secara terus dari sumber pengeluaran kepada pengguna. Pada tahun 2024, sebanyak 16 buah kedai runcit usahawan baharu telah dinaik taraf kepada ABR. Jumlah terkumpul usahawan ABR mengikut negeri sehingga 31 Disember 2024 adalah sebanyak 191 usahawan seperti di **Rajah 12**.

Nilai jualan ABR pada tahun 2024 mencatatkan penurunan sebanyak 0.05 peratus kepada RM369.88 juta berbanding RM370.10 juta pada tahun 2023. Penurunan ini disebabkan berlakunya pemutihan

Agrobazaar Rakyat (ABR)

The Agrobazaar Rakyat (ABR) project involves upgrading existing entrepreneur-owned retail outlets with an attractive, organized, neat, and uniform image. ABR implementation is primarily focused on urban and suburban areas. ABR serves to deliver agricultural produce directly from the source of production to consumers. In 2024, a total of 16 new entrepreneur-owned retail shops were upgraded to ABR outlets. The cumulative number of ABR entrepreneurs by state as of 31st December 2024 stood at 191, as shown in ***Figure 12****.*

ABR sales in 2024 recorded a decrease of 0.05 percent, amounting to RM369.88 million compared to RM370.10 million in 2023. This decline was due to the deregistration of 9 ABR outlets in 2024. In addition, the

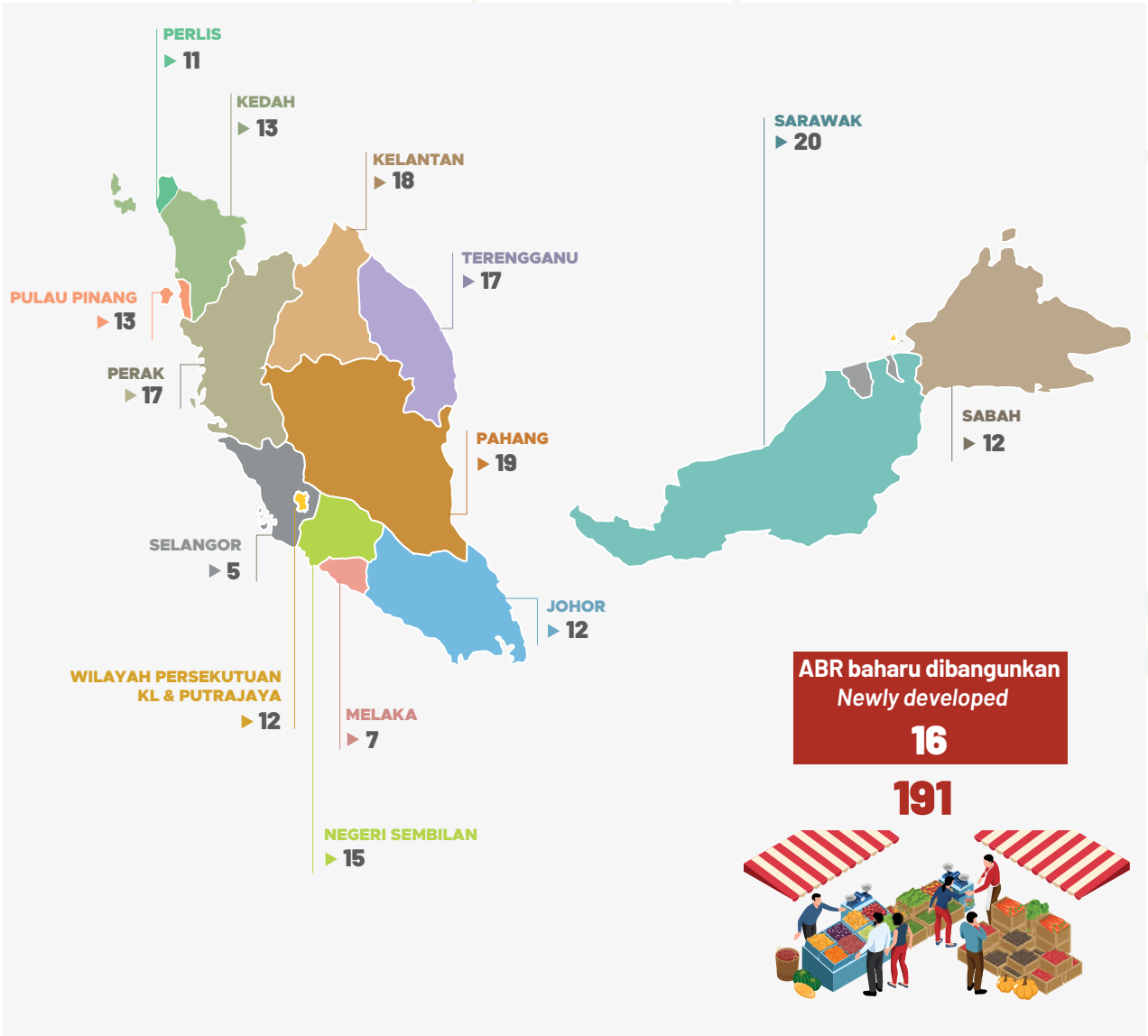
sebanyak 9 buah outlet ABR pada tahun 2024. Selain itu, faktor kenaikan harga bagi barang keperluan harian dan runcit juga mempengaruhi penurunan nilai jualan keseluruhan.

increase in prices of daily necessities and retail goods also contributed to the overall decrease in sales value.

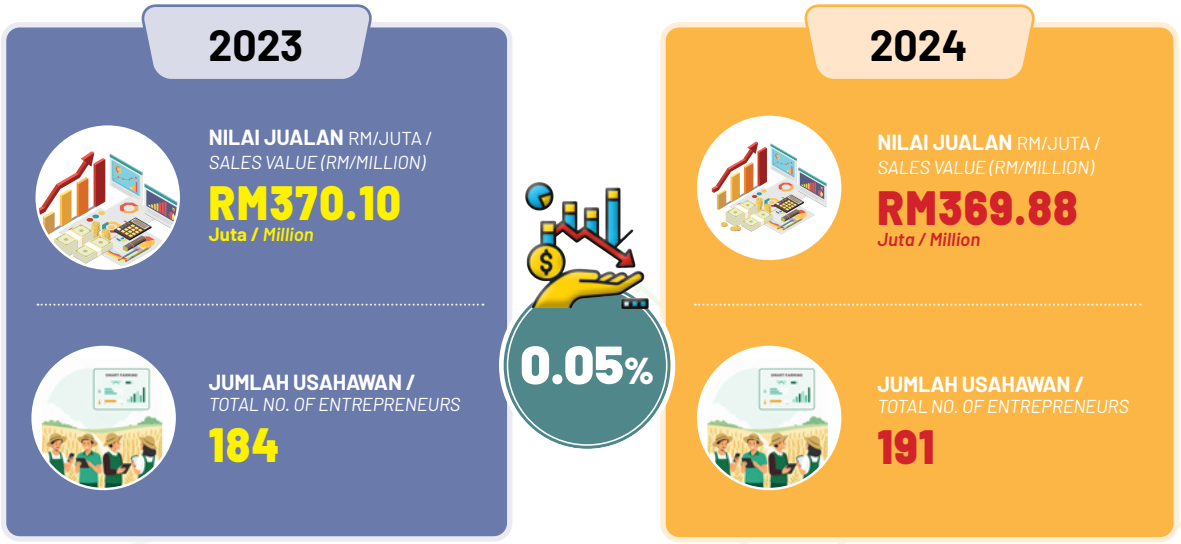
Pelbagai aktiviti dan program telah diadakan di outlet-outlet usahawan seperti program jualan Go Cashless, Jualan Agro Madani (JAM), program promosi serta aktiviti-aktiviti galakan pengunjung untuk membantu meningkatkan jualan usahawan dan mengurangkan kos sara hidup rakyat.

Various activities and programmes were conducted at entrepreneur outlets, such as the Go Cashless sales programme, Agro Madani Sales Programme (JAM), promotional programmes, and visitor engagement activities to help boost entrepreneurs' sales and reduce the cost of living for the public.

Rajah 12. Bilangan Usahawan Terkumpul Usahawan ABR Mengikut Negeri sehingga 31 Disember 2024
Figure 12. *Cumulative Number of ABR Entrepreneurs by State as of 31st December 2024*



Rajah 13. Perbandingan Pencapaian Prestasi Usahawan ABR bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 13. *Comparison of ABR Entrepreneur Performance Achievements for the Years 2023 and 2024*



ABR Baharu Tahun 2024 / *New ABR Year 2024*



Sebelum/ *Before*: Selepas/ *After*:

BIL. / *NO.*	BUTIRAN / *ITEM*	MAKLUMAT USAHAWAN / *ENTREPRENEUR'S INFORMATION*
1.	Projek / *Project*	Agrobazaar Rakyat (ABR) - Baru / *Agrobazaar Rakyat (ABR) - New*
2.	Negeri / *State*	Kedah
3.	Lokasi / *Location*	Jalan Tunku Ibrahim, Sik, Kedah
4.	Usahawan / *Entrepreneur*	Mohamad Saifullah bin Kadavathu Abdullah
5.	Purata Nilai Jualan (RM) / *Average Sales Value (RM)*	RM90,000
6.	Nilai Geran (RM) / *Grant Value (RM)*	RM50,000
7.	Jenis Insentif Bantuan / *Type of Incentive Support*	Bantuan peralatan secara in-kind / *In-Kind Equipment Assistance* • Signboard / *Signboard* • Rak Wall Gondola / *Wall Gondola Rack* • Rak End Gondola / *End Gondola Rack* • Rak Island Gondola / *Island Gondola Rack* • Rak Sayur Bertingkat / *Multi-Tier Vegetable Rack* • Rak dan Tong Ikan / *Fish Rack and Bin* • Pallet / *Pallet*

ABR Baharu Tahun 2024 / *Upgraded ABR Year 2024*



Sebelum/ *Before*:



Selepas/ *After*:

BIL. / *NO.*	BUTIRAN / *ITEM*	MAKLUMAT USAHAWAN / *ENTREPRENEUR'S INFORMATION*
1.	Projek / *Project*	Agrobazaar Rakyat (ABR) – Naik Taraf *Agrobazaar Rakyat (ABR) – Upgraded*
2.	Negeri / *State*	Kedah
3.	Lokasi / *Location*	Kuah, Langkawi, Kedah
4.	Usahawan / *Entrepreneur*	Rosnani binti Mustafa
5.	Purata Nilai Jualan (RM) / *Average Sales Value (RM)*	RM180,000.00
6.	Nilai Geran (RM) / *Grant Value (RM)*	RM 20,000
7.	Jenis Insentif Bantuan / *Type of Incentive Support*	Bantuan peralatan secara *in-kind* / *In-Kind Equipment Assistance* • *Signboard* / *Signboard* • Rak Wall Gondola / *Wall Gondola Rack* • Rak End Gondola / *End Gondola Rack* • Rak Island Gondola / *Island Gondola Rack* • Rak Sayur Bertingkat / *Multi-Tier Vegetable Rack* • Rak dan Tong Ikan / *Fish Rack and Bin* • Pallet / *Pallet*

Agrobazaar R&R

Agrobazaar R&R dibangunkan sebagai pusat pemasaran dan promosi produk Industri Asas Tani (IAT), makanan dan minuman serta hasil-hasil lain berasaskan pertanian di kawasan Rehat dan Rawat (R&R). Kompleks ini adalah hak milik FAMA dan lot-lot niaga disewakan kepada usahawan. Pencapaian terkumpul sehingga 31 Disember 2024 merekodkan seramai 89 usahawan yang melibatkan 7 buah Agrobazaar R&R seperti di **Jadual 9**. Nilai jualan Agrobazaar R&R FAMA mencatatkan peningkatan 6.18 peratus pada tahun 2024 iaitu RM5.33 juta berbanding RM5.02 juta pada tahun 2023 seperti di **Rajah 14**.

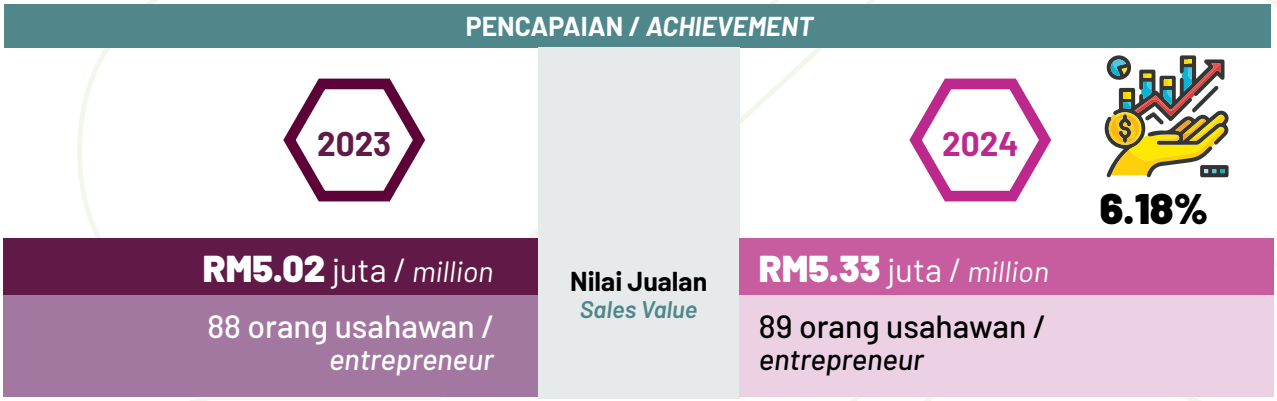
Agrobazaar R&R

*Agrobazaar R&R was developed as a marketing and promotion centre for Agro-Based Industry (IAT) products, food and beverages, and other agriculture-based produce at Rest and Relaxation (R&R) areas. The complex is owned by FAMA, and commercial lots are leased to entrepreneurs. As of 31st December 2024, a cumulative total of 89 entrepreneurs were recorded across seven Agrobazaar R&R outlets, as shown in **Table 9.** FAMA's Agrobazaar R&R sales recorded an increase of 6.18 percent in 2024, reaching RM5.33 million compared to RM5.02 million in 2023, as illustrated in **Figure 14**.*

Jadual 9. Senarai Agrobazaar R&R bagi Tahun 2024
Table 9. *List of Agrobazaar R&R Year 2024*

BIL. / *NO.*	NEGERI / *STATE*	LOKASI / *LOCATION*	JUMLAH PESERTA / *NO. OF PARTICIPANTS*
1.	Johor	Pagoh	13
2.	Sabah	Sandakan	36
3.	Selangor	Kuala Selangor	16
4.	Negeri Sembilan	Kuala Pilah	4
5.	Perak	Manong	9
6.	Sabah	Tawau	7
7.	Johor	Simpang Renggam, Kluang	4
JUMLAH / *TOTAL*			**89**

Rajah 14. Perbandingan Nilai Jualan dan Bilangan Usahawan Agrobazaar R&R bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 14: *Comparison of Sales Value and Number of Agrobazaar R&R Entrepreneurs for Year 2023 and 2024*



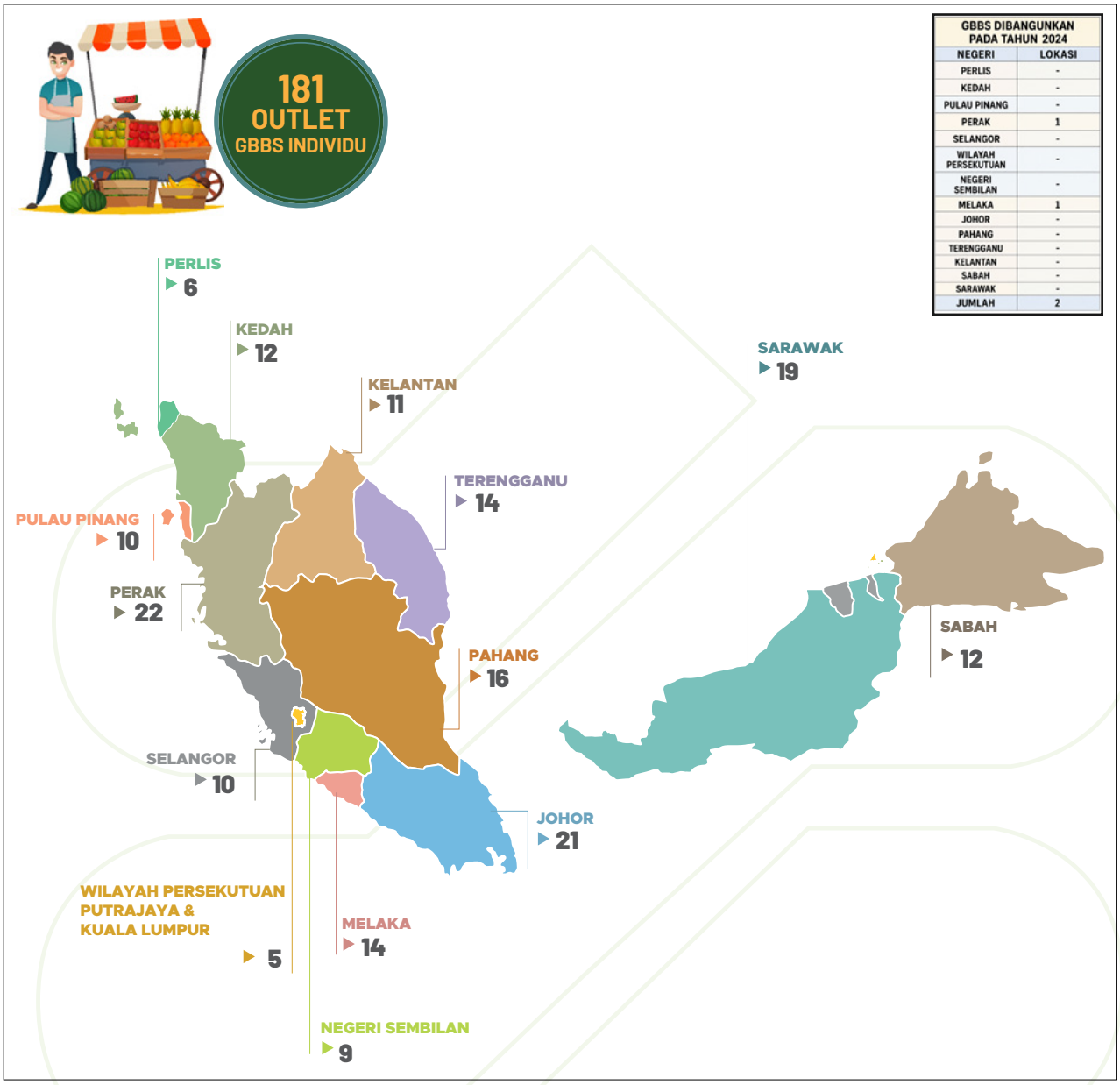
Gerai Buah-Buahan Segar (GBBS)

Gerai Buah-buahan Segar (GBBS) merupakan premis buah-buahan milik usahawan yang dinaik taraf atau dibangunkan oleh FAMA. Pembangunan GBBS sebagai medium bagi membantu mengatasi masalah pemasaran, memperluaskan pasaran urusniaga buah-buahan dan seterusnya meningkatkan pendapatan usahawan GBBS. Pada tahun 2024, sebanyak 2 outlet GBBS baharu telah dibangunkan dan 7 outlet GBBS sedia ada dinaiktaraf. Terdapat 12 buah GBBS telah diputihkan atas faktor ekonomi, pengurusan perniagaan dan birokrasi pentadbiran. Jumlah keseluruhan usahawan sehingga 31 Disember 2024 adalah seramai 181 orang berbanding 193 usahawan pada tahun 2023. Pecahan GBBS Individu mengikut negeri adalah seperti di **Rajah 15**.

Fresh Fruit Stall (GBBS)

The Fresh Fruit Stall (GBBS) comprises entrepreneur-owned fruit outlets that are either upgraded or developed by FAMA. The development of GBBS serves as a medium to address marketing challenges, expand the market for fruits, and ultimately increase the income of GBBS entrepreneurs. In 2024, a total of 2 new GBBS outlets were developed, and 7 existing GBBS outlets were upgraded. Twelve GBBS outlets were deregistered due to economic factors, business management, and administrative bureaucracy. The total number of entrepreneurs as of 31 December 2024 stood at 181, compared to 193 entrepreneurs in 2023. The breakdown of individual GBBS outlets by state is shown in ***Figure 15****.*

Rajah 15. Bilangan Usahawan GBBS Individu Terkumpul Mengikut Negeri sehingga 31 Disember 2024
Figure 15. *Number of Individual GBBS Entrepreneurs Collected by State as of 31st December 2024*



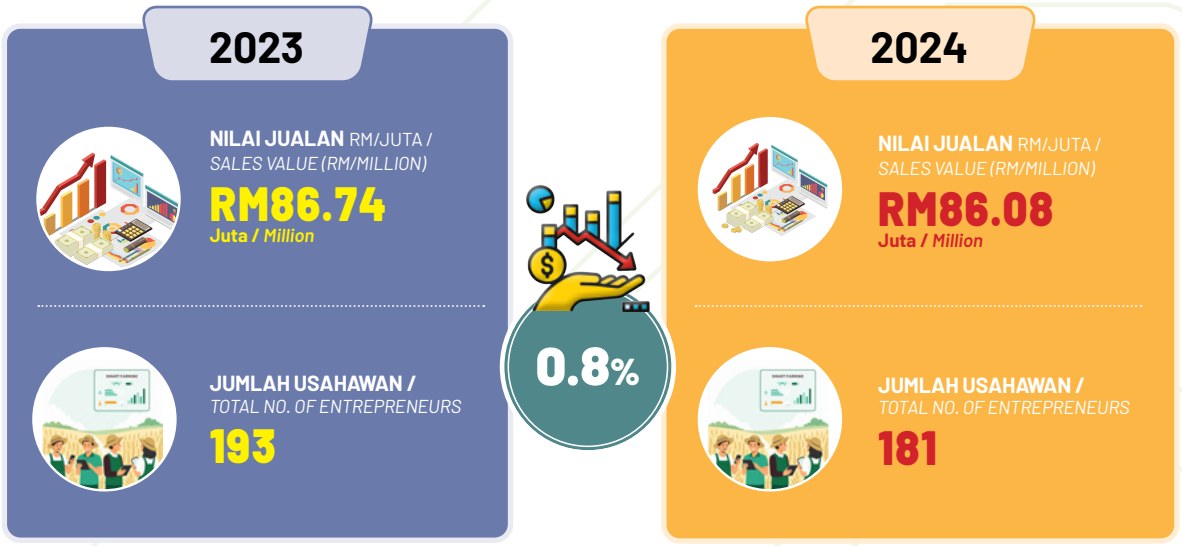
Nilai jualan GBBS terkumpul pada tahun 2024 adalah sebanyak RM86.08 juta dengan penurunan sebanyak 0.8 peratus berbanding RM86.74 juta pada tahun 2023 seperti di **Rajah 16**. Pembangunan GBBS baharu memberikan impak positif kepada sektor Perusahaan Mikro dan Kecil Sederhana (PMKS) melalui pewujudan peluang pekerjaan dan peningkatan pendapatan kepada penduduk setempat. Melalui transformasi perniagaan secara digital *Artificial Intelligence* (AI), usahawan kini berupaya merancang strategi pemasaran dengan lebih berkesan, antaranya menerusi teknik sasaran hiper-lokal (hyper-local targeting) yang membolehkan

The cumulative GBBS sales in 2024 amounted to RM86.08 million, representing a decrease of 0.8 percent compared to RM86.74 million in 2023, as shown in ***Figure 16****. The development of new GBBS outlets has had a positive impact on the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector by creating employment opportunities and increasing income for the local community. Through business transformation via Artificial Intelligence (AI), entrepreneurs are now able to plan marketing strategies more effectively, including using hyper-local targeting techniques that enable real-time analysis for determining location, promotions, products, pricing, and consumer purchasing patterns*

usahawan menganalisis masa nyata (real-time) untuk menentukan lokasi, promosi, produk, harga serta corak pembelian pengguna dengan lebih tepat dan efisien. Kesimpulannya, pembangunan GBBS baharu perlu dipertingkatkan lagi supaya dapat menyokong agenda kerajaan untuk memastikan ketersediaan dan keterjaminan makanan sampai ke kumpulan sasar mahupun pengguna akhir. Pada masa hadapan, cabaran usahawan melalui persaingan pasaran dan kos operasi perlu ditangani secara efisien melalui kaedah digitalisasi, sokongan infrastruktur dan model perniagaan mampan agar GBBS terus kekal relevan dan mampu untuk berdaya saing di dalam sektor perniagaan buah-buahan.

with greater accuracy and efficiency. In conclusion, the development of new GBBS outlets needs to be further enhanced to support the government's agenda in ensuring food availability and security for both target groups and end consumers. In the future, challenges faced by entrepreneurs, such as market competition and operational costs, must be addressed efficiently through digitalisation, infrastructure support, and sustainable business models to ensure GBBS remains relevant and competitive in the fruit retail sector.

Rajah 16. Perbandingan Pencapaian Prestasi GBBS Individu bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 16. *Comparison of Individual GBBS Performance Achievements for the Years 2023 and 2024*



GBBS Baharu Tahun 2024 / *New GBBS Year 2024*



Sebelum Dinaik Taraf / *Before Upgraded*



Selepas Dinaik Taraf / *After Upgraded*



MELAKA

Lokasi / *Location*
▼
KM 13, Kampung Paya Rumput, 76450 Melaka

Nama Usahawan / *Entrepreneur*
▼
Muhammad Izskandar bin Zaidi

Nilai Jualan/Bulan / *Monthly Sales Value*
▼
RM 55,000.00

Nilai Bantuan Geran / *Grant Assistance Value*
▼
RM 20,000.00

Jenis Insentif Bantuan *Type of Incentive Support*
▼
Menaik taraf imej, infrastruktur dan pembekalan peralatan perniagaan / *Upgrading Business Image, Infrastructure, and Equipment Supply*
• Rak Buah/Papan Tanda Perniagaan/Papan Tanda Jalan / *Fruit Racks / Business Signboards / Street Signboards*



PERAK

Lokasi / *Location*
▼
No 45
Jalan Lumut Indah
Taman Lumut Indah
32200 Lumut Perak

Nama Usahawan / *Entrepreneur*
▼
Ting Mei Lee

Nilai Jualan/Bulan / *Monthly Sales Value*
▼
RM 80,000.00

Nilai Bantuan Geran / *Grant Assistance Value*
▼
RM 20,000.00

Jenis Insentif Bantuan *Type of Incentive Support*
▼
Menaik taraf imej, infrastruktur dan pembekalan peralatan perniagaan / *Upgrading Business Image, Infrastructure, and Equipment Supply*
• Rak Buah/Papan Tanda Perniagaan/Papan Tanda Jalan / *Fruit Racks / Business Signboards / Street Signboards*



Sebelum Dinaik Taraf / *Before Upgraded*



Selepas Dinaik Taraf / *After Upgraded*

Medan Gerai Buah-Buahan Segar (Medan GBBS)

Medan Gerai Buah-Buahan Segar (Medan GBBS) adalah projek yang menghimpunkan beberapa peruncit buah-buahan di dalam satu premis yang dibangunkan oleh FAMA dengan kerjasama Pihak Berkuasa Tempatan. Sehingga 31 Disember 2024, sejumlah 31 buah Medan GBBS dengan penglibatan 153 usahawan telah direkodkan termasuk 4 buah Medan GBBS baharu iaitu:

i. Medan GBBS Simpang Ampat Perlis
ii. Medan GBBS Slim River Perak
iii. Medan GBBS Ayer Keroh Melaka
iv. Medan GBBS Semporna Sabah

Pecahan Medan GBBS mengikut negeri adalah seperti di **Rajah 17**.

Fresh Fruit Stall Court (Medan GBBS)

The Fresh Fruit Stall Court (Medan GBBS) is a project that brings together several fruit retailers under one premise, developed by FAMA in collaboration with the Local Authorities. As of 31 December 2024, a total of 31 Medan GBBS outlets involving 153 entrepreneurs were recorded, including 4 new Medan GBBS outlets as follows:

i. Medan GBBS Simpang Ampat, Perlis
ii. Medan GBBS Slim River, Perak
iii. Medan GBBS Ayer Keroh, Melaka
iv. Medan GBBS Semporna, Sabah

*The breakdown of Medan GBBS outlets by state is shown in **Figure 17**.*

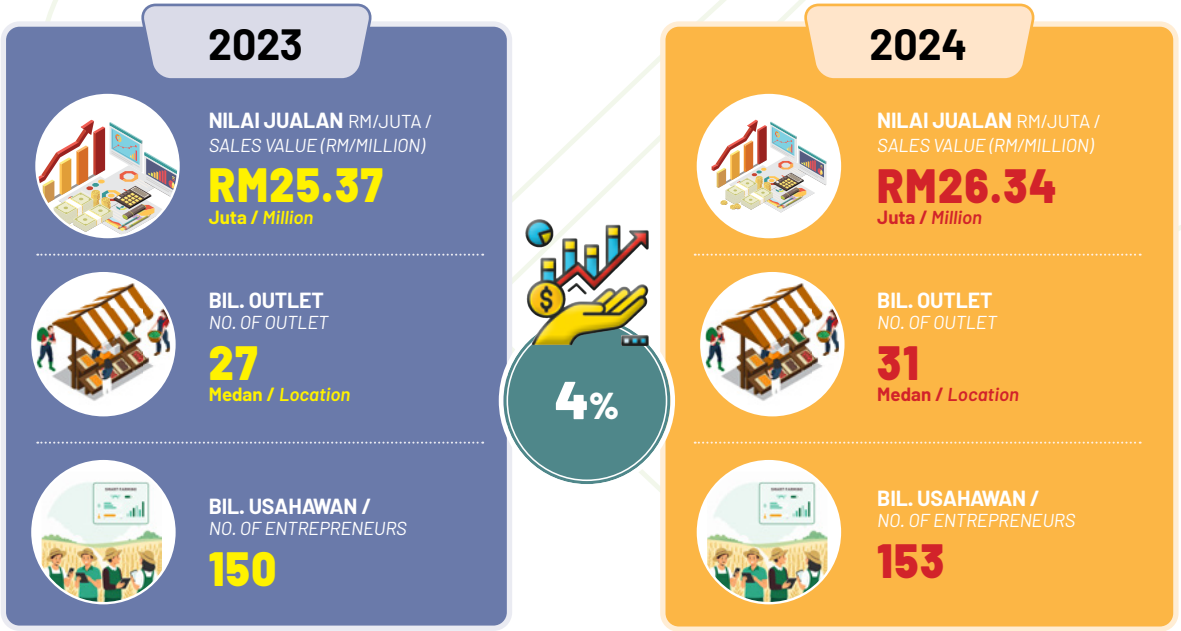
Rajah 17. Bilangan Lokasi dan Usahawan Medan GBBS mengikut Negeri sehingga 31 Disember 2024
Figure 17. *Number of Location and Medan GBBS Entrepreneurs by State as of 31st December 2024*



Nilai jualan Medan GBBS pada tahun 2024 mencatatkan 4 peratus peningkatan iaitu sebanyak RM26.34 juta berbanding RM25.37 juta pada tahun 2023. Pembaharuan penjenamaan Medan GBBS kepada Medan Agrobazaar (GBBS) memberikan impak yang sangat positif kepada usahawan dengan berlakunya peningkatan jualan di mana usahawan telah menawarkan kepelbagaian produk agromakanan di Medan GBBS tersebut. Faktor pertambahan outlet, usahawan, lokasi yang strategik, pemasaran secara digital juga telah menyokong kepada peningkatan jualan Medan Agrobazaar (GBBS). Kesimpulannya, pembangunan Medan Agrobazaar (GBBS) di bawah FAMA perlu untuk pandang ke hadapan. Usahawan perlu mengadakan kerjasama strategik bersama pihak ketiga atau swasta yang berpotensi supaya usahawan dapat memperluaskan luang pasaran di samping dapat meningkatkan pendapatan usahawan setempat. Bagi memastikan kelangsungan usahawan Medan Agrobazaar (GBBS) ini, perancangan masa hadapan perlu memberi tumpuan kepada pemantapan infrastruktur, penerapan teknologi digital seperti AI dalam pengurusan perniagaan, penggunaan pembelian tanpa tunai *(cashless)* dan juga latihan yang berterusan kepada usahawan. Penambahbaikan dari aspek reka bentuk mesra pengguna, sistem logistik yang cekap dan program promosi serta program galakan pengunjung juga perlu dipertingkatkan agar Medan Agrobazaar (GBBS) terus kekal relevan sebagai pusat agromakanan moden yang dapat berdaya saing, berimpak tinggi dan dapat menjamin ketersediaan dan keterjaminan makanan kepada kumpulan sasar dan pengguna akhir.

Medan GBBS sales in 2024 recorded a 4 percent increase, reaching RM26.34 million compared to RM25.37 million in 2023. The rebranding of Medan GBBS to Medan Agrobazaar (GBBS) had a very positive impact on entrepreneurs, resulting in increased sales as they offered a greater variety of agri-food products at these outlets. Factors such as the addition of new outlets, more entrepreneurs, strategic locations, and digital marketing also contributed to the growth in Medan Agrobazaar (GBBS) sales. In conclusion, the development of Medan Agrobazaar (GBBS) under FAMA needs to look ahead. Entrepreneurs should establish strategic collaborations with third parties or private sector partners to expand market reach and increase local entrepreneurs' income. To ensure the sustainability of Medan Agrobazaar (GBBS) entrepreneurs, future planning should focus on strengthening infrastructure, integrating digital technologies such as AI in business management, adopting cashless transactions, and providing continuous training for entrepreneurs. Improvements in user-friendly design, efficient logistics systems, promotional programmes, and visitor engagement activities should also be enhanced to ensure Medan Agrobazaar (GBBS) remains relevant as a modern agri-food hub that is competitive, high-impact, and able to guarantee food availability and security for target groups and end consumers.

Rajah 18. Perbandingan Pencapaian Prestasi Medan Agrobazaar (GBBS) bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 18. *Comparison of Agrobazaar Field Performance Achievements (GBBS) for the Years 2023 and 2024*



Medan GBBS Baharu Tahun 2024 / *New GBBS Year 2024*







SABAH

Lokasi /
Location

Medan GBBS Semporna, Bandar Mutiara, Jln Hospital, 91308 Semporna, Sabah.

Nama Usahawan /
Entrepreneur

Enam (6) orang /
Six (6) entrepreneurs

Nilai Jualan/Bulan /
Monthly Sales Value

RM33,000.00

Nilai Bantuan Geran /
Grant Assistance Value

RM140,000.00

Jenis Insentif Bantuan
Type of Incentive Support

Membina baharu lot Medan GBBS / Pembekalan Peralatan Perniagaan
Construction of New Medan GBBS Lots / Supply of Business
• Rak Buah/Papan Tanda Perniagaan/Papan Tanda Jalan / *• Fruit Racks / Business Signboards / Street Signboards*

Medan GBBS Baharu Tahun 2024 / *New GBBS Year 2024*







PERLIS

Lokasi / *Location*	**Bil. Usahawan /** *Entrepreneur*	**Nilai Jualan/Bulan /** *Monthly Sales Value*	**Nilai Bantuan Geran /** *Grant Assistance Value*	**Jenis Insentif Bantuan** *Type of Incentive Support*
Medan GBBS Simpang Ampat Mukim Sanglang 02700 Simpang Ampat Perlis	Tiga (3) orang / *Three (3) entrepreneurs*	RM25,000.00	RM140,000.00	Membina baharu lot Medan GBBS / Pembekalan Peralatan Perniagaan / *Construction of New Medan GBBS Lots / Supply of Business* • Rak Buah/Papan Tanda Perniagaan/Papan Tanda Jalan / • *Fruit Racks / Business Signboards / Street Signboards*

Karavan Tani

Konsep outlet pemasaran bergerak yang diperkenalkan melalui Karavan Tani semakin mendapat sambutan daripada pengguna dan menjadi alternatif yang efektif dalam meningkatkan akses kepada produk agromakanan. Inisiatif ini juga telah menyokong dasar kerajaan dalam memastikan keterjaminan dan ketersediaan makanan, dengan menyalurkan bekalan agromakanan secara terus kepada komuniti, terutamanya di kawasan yang kurang akses kepada rantaian bekalan makanan.

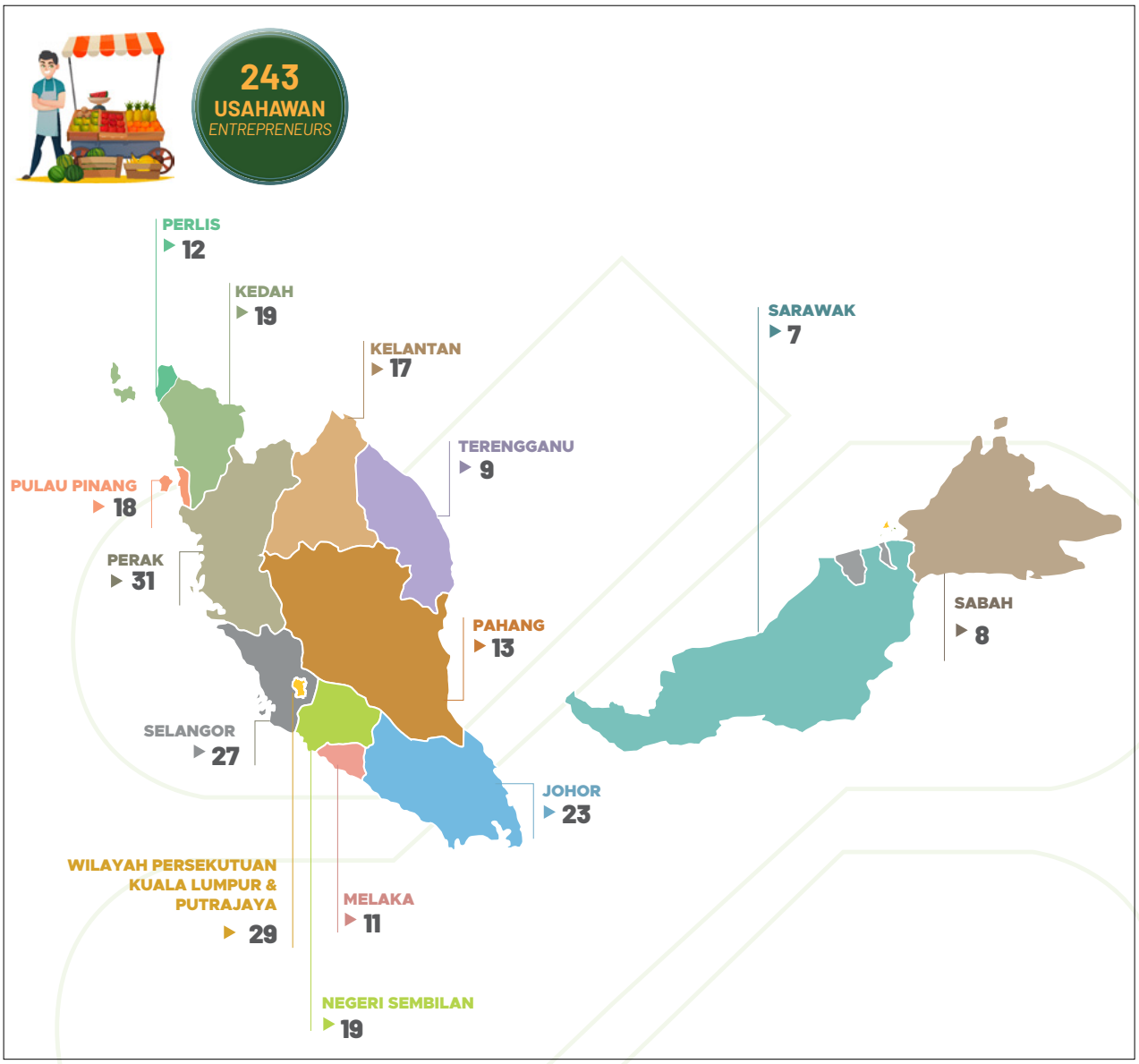
Pada tahun 2024 sejumlah 11 usahawan baharu Karavan Tani telah dibangunkan dengan jumlah terkumpul pada 31 Disember 2024 adalah sebanyak 243 usahawan. Berlaku penurunan sebanyak 31 usahawan berbanding yang telah direkodkan pada 2023 iaitu 274 usahawan. Penurunan bilangan usahawan telah diklasifikasikan kepada beberapa faktor utama antaranya kewangan, pengurusan operasi perniagaan dan risiko luar jangka. Pecahan Karavan Tani mengikut negeri adalah seperti di **Rajah 19**.

Karavan Tani

The concept of a mobile marketing outlet introduced through Karavan Tani has increasingly gained popularity among consumers and has become an effective alternative in improving access to agrofood products. This initiative also supports the government's policy in ensuring food security and availability by delivering agrofood supplies directly to communities, particularly in areas with limited access to food supply chains.

In 2024, a total of 11 new Karavan Tani entrepreneurs were developed, bringing the cumulative total as of 31 December 2024 to 243 entrepreneurs. This represents a decrease of 31st entrepreneurs compared to 274 entrepreneurs recorded in 2023. The decline in the number of entrepreneurs was attributed to several key factors, including financial constraints, business operation management, and unforeseen risks. The breakdown of Karavan Tani outlets by state is shown in ***Figure 19****.*

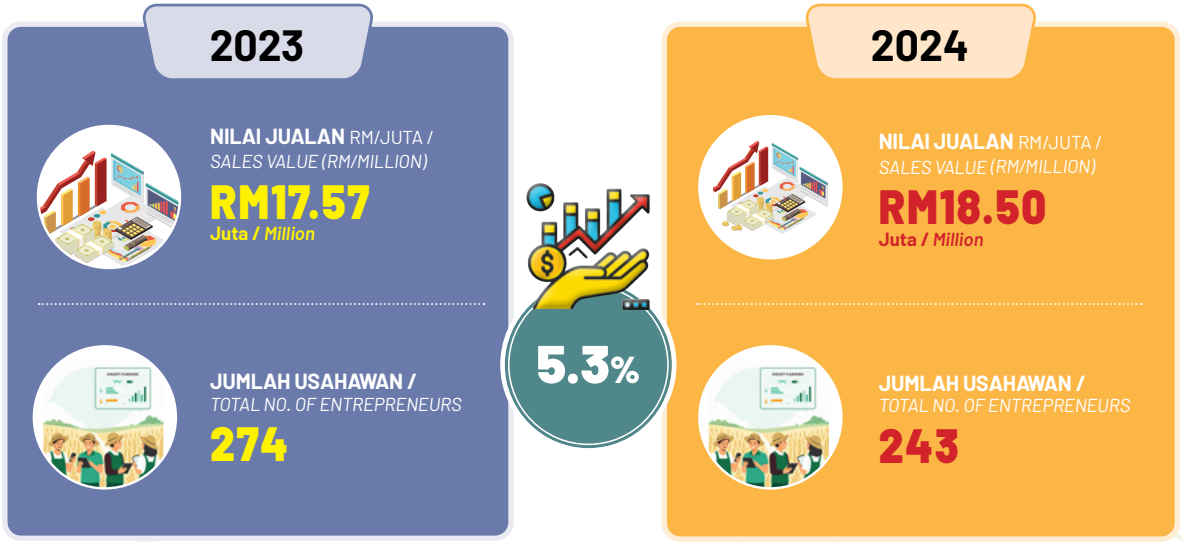
Rajah 19. Bilangan Usahawan Karavan Tani Seluruh Malaysia sehingga 31 Disember 2024
Figure 19. *Number of Karavan Tani Entrepreneurs Across Malaysia until 31st December 2024*



Namun, nilai jualan Karavan Tani meningkat sebanyak 5.3 peratus pada tahun 2024 iaitu RM18.50 juta berbanding RM17.57 juta pada tahun 2023. Peningkatan jualan didorong pelaksanaan pemasaran digital, pemilihan lokasi strategik dan penglibatan penganjuran festival makanan berskala besar di seluruh negara. Berikut adalah perbandingan jumlah usahawan dan nilai jualan seperti di **Rajah 20**.

However, Karavan Tani sales increased by 5.3 percent in 2024, reaching RM18.50 million compared to RM17.57 million in 2023. The sales growth was driven by digital marketing implementation, strategic location selection, and participation in large-scale food festivals nationwide. The comparison of the number of entrepreneurs and sales value is shown in ***Figure 20****.*

Rajah 20. Perbandingan Pencapaian Prestasi Karavan Tani bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 20. *Comparison of the Performance of Karavan Tani for the Years 2023 and 2024*



Karavan Baharu Tahun 2024 / *New Caravan Year 2024*





▸ Karavan baharu tahun 2024 Milik Usahawan Mariani binti Yusoff
New Caravan Year 2024 Owned by Mariani binti Yusoff



SELANGOR

Lokasi /
Location
▼
No 34 Jalan
Sri Damak 17
Taman Sri Andalas
41200 Klang
Selangor

Nama Usahawan /
Name of Entrepreneur
▼
Mariani binti Yusoff

Nilai Jualan/Tahun /
Annual Sales Value
▼
RM30,000.00

Nilai Bantuan Geran /
Grant Assistance Value
▼
RM20,000.00

Kekerapan Operasi (Hari)/minggu /
Operation Frequency (days)/week
4 kali / Minggu /
4 times / week

Karavan Baharu Tahun 2024 / *New Caravan Year 2024*





▸ Karavan Baharu Tahun 2024 Milik Usahawan Azahar bin Sagap.
New Caravan Year 2024 Owned by Entrepreneur Azahar bin Sagap.



MELAKA

Lokasi / *Location*	**Nama Usahawan /** *Entrepreneur*	**Nilai Jualan/Bulan /** *Monthly Sales Value*	**Nilai Bantuan Geran /** *Grant Assistance Value*	**Kekerapan Operasi (Hari)/minggu /** *Operation Frequency (days)/week*
No 1 Jalan Pandan Jaya 1/9A Pandan Jaya Lorong Pandan 75250 Melaka	Azahar bin Sagap	RM40,000.00	RM20,000.00	4 kali / Minggu / *4 times / week*

Medan Food Truck

Medan Food Truck (Medan FT) adalah projek yang diwujudkan khusus kepada usahawan Karavan Tani di satu kawasan khas yang disediakan oleh FAMA dengan kerjasama Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) bagi menjalankan aktiviti menjual makanan dan minuman. Sehingga 31 Disember 2024, sejumlah 12 lokasi Medan FT dengan penglibatan seramai 92 usahawan telah

Medan Food Truck

Food Truck Hub (Medan FT) is a project established specifically for Karavan Tani entrepreneurs at designated locations provided by FAMA in collaboration with Local Authorities (PBT) to conduct food and beverage selling activities. As of 31st December 2024, a total of 12 Food Truck Hub locations involving 92 entrepreneurs were recorded, including three new locations namely Medan

direkodkan termasuk 3 lokasi baharu iaitu Medan FT Bukit Sentosa Selangor, Medan FT Pengkalan Rama, Melaka dan Medan FT Kinabatangan Sabah.

Terdapat 2 lokasi Medan FT tidak aktif dan telah ditamatkan operasi iaitu Medan FT Port Dickson Negeri Sembilan dan Medan FT *Time Square* Kuala Lumpur. Penutupan operasi Medan FT ini adalah kerana tiada sambutan yang menggalakkan dari pengunjung dan penganjuran pesta makanan berskala besar yang menyebabkan usahawan berniaga diluar kawasan yang telah disediakan.

Kesimpulannya, bagi memastikan pemerkasaan agromakanan bagi mengurangkan kos sara hidup rakyat, pendekatan holistik perlu diterapkan merangkumi pemilihan lokasi yang strategik, penggiliran jadual niaga yang tersusun dan dokongan program promosi dan galakan pengunjung yang lebih konsisten perlu diperbanyakkan. Daya tarikan tambahan seperti aktiviti sokongan, infrastruktur yang selesa serta kerjasama dengan pihak ketiga mampu meningkatkan kehadiran pengunjung dan memberi nilai tambah kepada peniaga. Di samping itu, insentif permulaan serta latihan keusahawanan juga wajar diberi penekanan bagi memperkukuh daya saing usahawan. Pelaksanaan strategi yang menyeluruh ini dijangka mampu menjadikan Medan FT bukan sahaja sebagai lokasi perniagaan, tetapi juga sebagai pusat komuniti yang aktif. Berikut adalah pecahan Medan FT mengikut negeri adalah seperti di **Rajah 21**.

Nilai jualan Medan FT yang dicatatkan pada tahun 2024 adalah sebanyak RM1.22 juta, menurun sebanyak 53 peratus berbanding RM2.57 juta pada 2023. Program promosi telah dijalankan bagi membantu meningkatkan jualan di lokasi Medan FT antaranya aktiviti program Jualan Agro Madani dan aktiviti galakan pengunjung. Perbandingan nilai jualan Medan FT adalah seperti di **Rajah 22**.

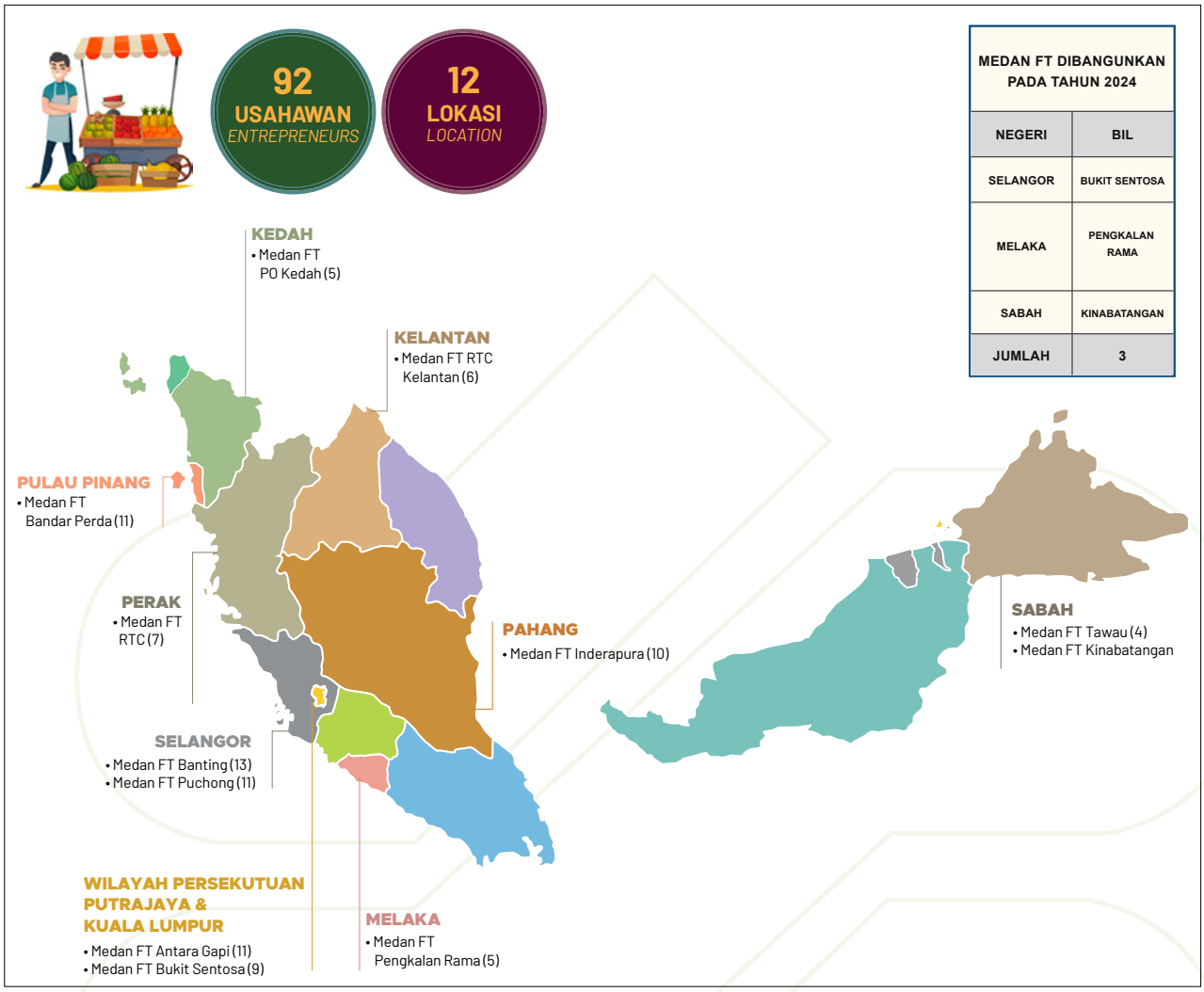
FT Bukit Sentosa, Selangor, Medan FT Pengkalan Rama, Melaka, and Medan FT Kinabatangan, Sabah.

There were two inactive Food Truck Hub (Medan FT) locations whose operations were terminated, namely Medan FT Port Dickson, Negeri Sembilan and Medan FT Time Square, Kuala Lumpur. The closure of these Medan FT operations was due to poor response from visitors and the organisation of large-scale food festivals, which caused entrepreneurs to operate outside the designated areas provided.

In conclusion, to ensure the empowerment of the agri-food sector in reducing the cost of living for the people, a holistic approach needs to be adopted, encompassing the selection of strategic locations, well-organised business rotation schedules, and stronger support through more consistent promotional and visitor engagement programmes. Additional attractions such as supporting activities, comfortable infrastructure, and collaboration with third parties are able to increase visitor attendance and provide added value to traders. In addition, start-up incentives and entrepreneurship training should also be emphasised to strengthen the competitiveness of entrepreneurs. The implementation of these comprehensive strategies is expected to position Medan FT not only as a business location, but also as an active community hub. The following is the breakdown of Medan FT by state as shown in ***Figure 21****.*

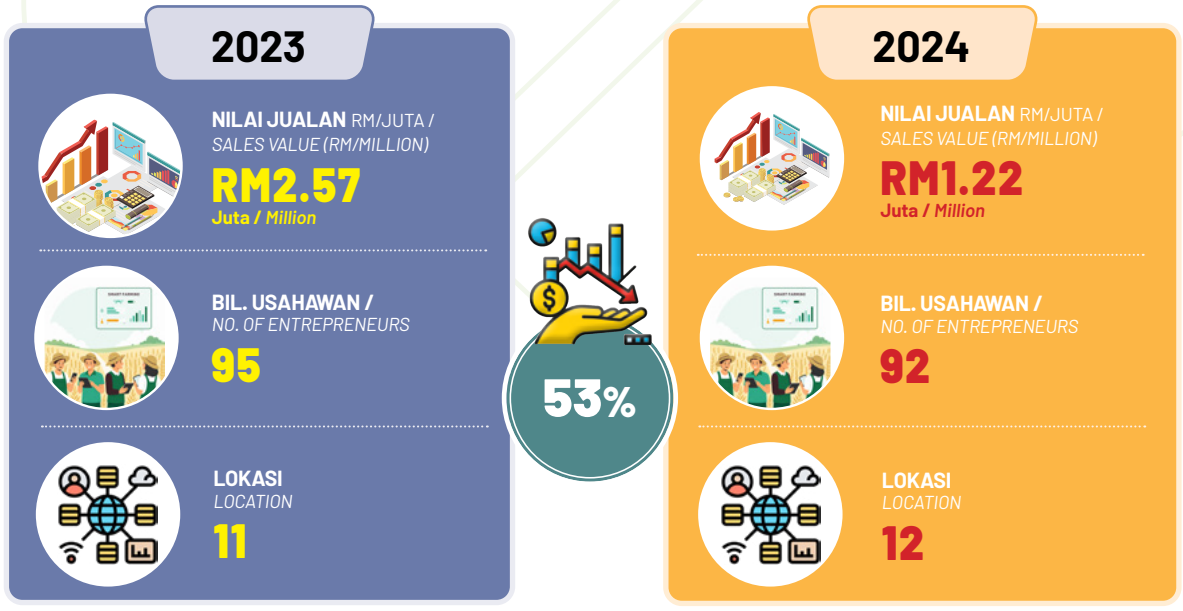
The sales value recorded by Medan FT in 2024 amounted to RM1.22 million, a decrease of 53 per cent compared to RM2.57 million in 2023. Promotional programmes were implemented to help increase sales at Medan FT locations, including Jualan Agro Madani programmes and visitor engagement activities. The comparison of Medan FT sales value is as shown in ***Figure 22****.*

Rajah 21. Medan Food Truck Seluruh Malaysia sehingga 31 Disember 2024
Figure 21. *Number of Food Truck Stands Across Malaysia until 31st December 2024*



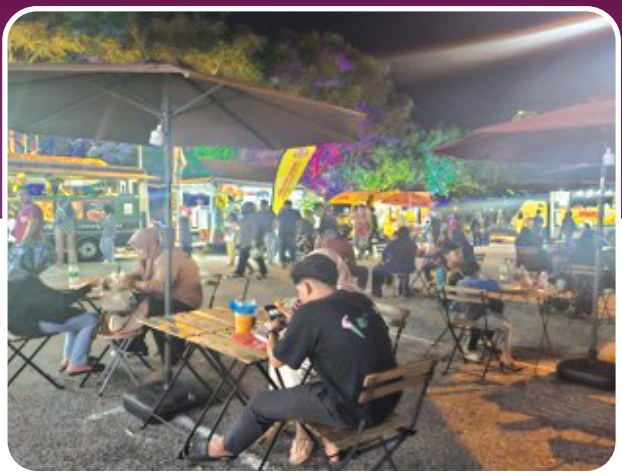
MEDAN FT DIBANGUNKAN PADA TAHUN 2024	
NEGERI	BIL
SELANGOR	BUKIT SENTOSA
MELAKA	PENGKALAN RAMA
SABAH	KINABATANGAN
JUMLAH	3

Rajah 22. Perbandingan Pencapaian Prestasi Medan Food Truck FAMA bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 22. *Comparison of FAMA Food Truck Field Performance Achievements for Years 2023 and 2024*



Naik Taraf Medan Food Truck Baharu Tahun 2024/ *Upgrading of New Food Truck Courts in Year 2024*







MELAKA

Lokasi / *Location*	**Bil Karavan /** *No. of Caravan*	**Nilai Jualan/Bulan /** *Monthly Sales Value*	**Nilai Bantuan Geran /** *Grant Assistance Value*	**Kekerapan Operasi (Hari)/minggu /** *Operation Frequency (days)/week*
Medan Food Truck Pengkalan Rama Melaka	5 buah/ *5 Caravans*	RM15,000.00	RM20,000.00	3 Kali/Minggu / *3 times/week*

Naik Taraf Medan Food Truck Baharu Tahun 2024 / *Upgrade of New Food Truck Courts in 2024*







SELANGOR

Lokasi / *Location*	**Bil Karavan /** *No. of Caravan*	**Nilai Jualan/Bulan /** *Monthly Sales Value*	**Nilai Bantuan Geran /** *Grant Assistance Value*	**Kekerapan Operasi (Hari)/minggu /** *Operation Frequency (days)/week*
Medan Food Truck Bukit Sentosa / *Bukit Sentosa Food Truck Area*	9 Karavan / *9 Caravans*	RM30,000.00	RM20,000.00	3 Kali/Minggu / *3 times/week*

Pasar Tani

Pasar Tani merupakan satu inisiatif pemasaran yang diperkenalkan oleh FAMA sejak tahun 1985 sebagai langkah strategik untuk menyediakan saluran alternatif kepada petani dan usahawan tani dalam memasarkan hasil pertanian terus kepada pengguna tanpa orang tengah. Sejak penubuhannya, pembangunan Pasar Tani telah melalui empat fasa utama, iaitu Fasa Pengenalan (1985–1995), Fasa Pengukuhan (1996–2005), Fasa Pemodenan (2006–2015) dan kini memasuki Fasa Transformasi Digital (2016–kini).

Setiap fasa ini menyaksikan penambahbaikan dari segi pelaksanaan, pengurusan, penglibatan usahawan dan inovasi teknologi. Daripada konsep pasar fizikal secara tradisional, Pasar Tani kini telah berevolusi ke arah pendigitalan sistem operasi, transaksi tanpa tunai dan e-pemasaran, sejajar dengan perubahan gaya hidup pengguna serta keperluan pasaran moden.

Sehingga 31 Disember 2024, sebanyak 222 buah Pasar Tani aktif direkodkan di seluruh negara melibatkan 5,688 orang usahawan, berbanding 223 pasar tani (9,699 usahawan) pada tahun 2023. Pendekatan FAMA kini lebih memberi tumpuan kepada peningkatan kualiti operasi dan keberkesanan pengurusan berbanding pertambahan bilangan pasar. Lokasi Pasar Tani seluruh Malaysia pada tahun 2024 adalah seperti di **Rajah 23**.

Prestasi jualan Pasar Tani tahun 2024 mencatatkan jumlah jualan keseluruhan sebanyak RM297.89 juta, berbanding RM339.07 juta pada tahun 2023 iaitu penurunan sebanyak 12.14 peratus. Perubahan ini

Pasar Tani

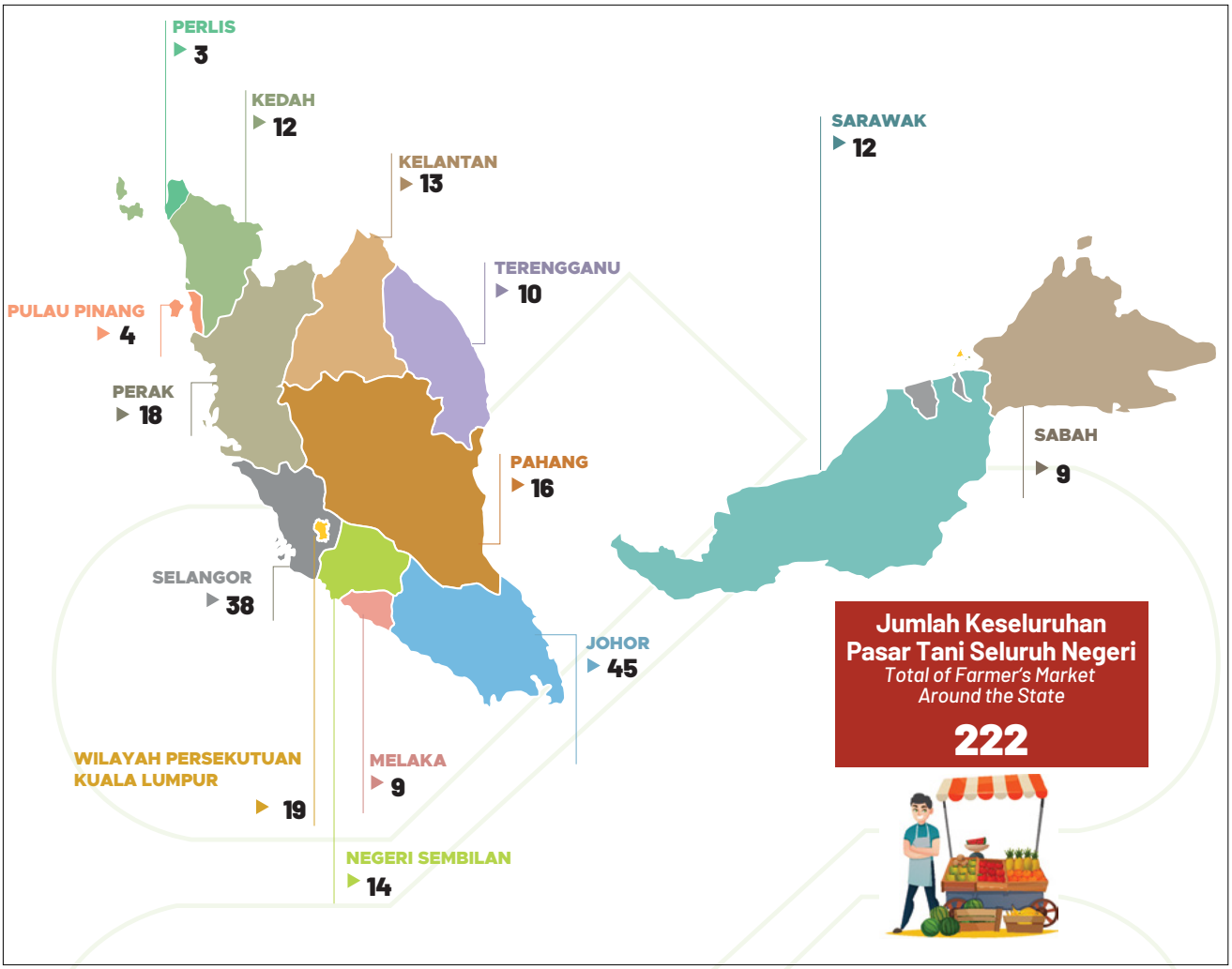
Pasar Tani is a marketing initiative introduced by FAMA in 1985 as a strategic measure to provide an alternative channel for farmers and agri-entrepreneurs to sell their produce directly to consumers without intermediaries. Since its establishment, the development of Pasar Tani has gone through four main phases: the Introduction Phase (1985–1995), the Consolidation Phase (1996–2005), the Modernisation Phase (2006–2015), and currently the Digital Transformation Phase (2016–present).

Each phase has seen improvements in implementation, management, entrepreneur engagement, and technological innovation. From the concept of traditional physical markets, Pasar Tani has now evolved towards digitalisation of operations, cashless transactions, and e-marketing, in line with changes in consumer lifestyles and modern market demands.

*As of 31st December 2024, a total of 222 active Pasar Tani outlets were recorded nationwide, involving 5,688 entrepreneurs, compared to 223 markets (9,699 entrepreneurs) in 2023. FAMA's current approach focuses more on improving operational quality and management effectiveness rather than increasing the number of markets. The locations of Pasar Tani across Malaysia in 2024 are shown in **Figure 23**.*

Pasar Tani sales performance in 2024 recorded a total sales value of RM297.89 million compared to RM339.07 million in 2023, representing a decrease of 12.14 percent. This change was influenced by the restructuring

Rajah 23. Bilangan Lokasi Pasar Tani Terkumpul seluruh Malaysia sehingga 31 Disember 2024
Figure 23. *Number of Farmers Market Locations Collected throughout Malaysia until 31st December 2024*



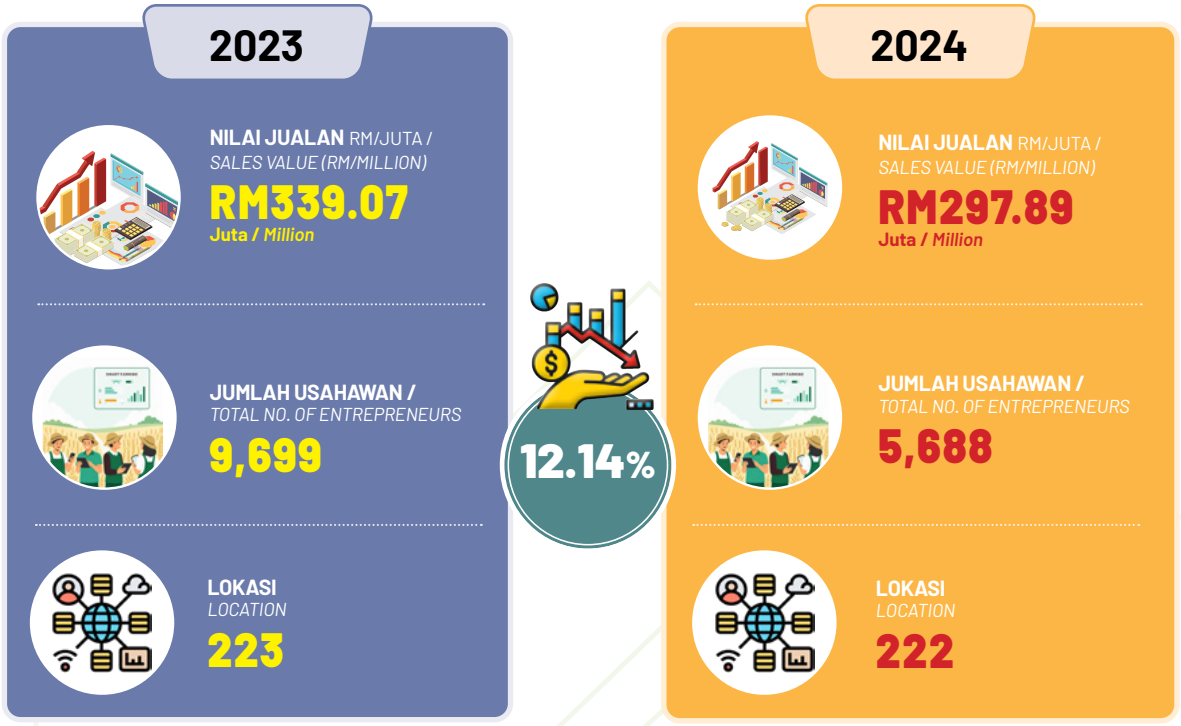
dipengaruhi oleh langkah penyusunan semula operasi Pasar Tani, termasuk penutupan lokasi yang kurang aktif dan tidak strategik, serta perubahan bilangan usahawan aktif di beberapa lokasi sedia ada. Langkah ini dilaksanakan bagi memastikan operasi Pasar Tani kekal lebih tersusun berdaya saing dan memberi tumpuan kepada lokasi yang mempunyai potensi jualan lebih mampan.

Namun demikian, FAMA optimis bahawa Pasar Tani akan terus memainkan peranan penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi luar bandar, menyokong kelangsungan pengeluaran makanan tempatan dan memperkukuh sekuriti makanan negara secara holistik dan berterusan.

measures implemented for Pasar Tani operations, including the closure of less active and non-strategic Pasar Tani locations, as well as changes in the number of active entrepreneurs at several existing locations. These measures were undertaken to ensure that Pasar Tani operations remain more organised, competitive, and focused on locations with more sustainable sales potential.

Nevertheless, FAMA is optimistic that Pasar Tani will continue to play a vital role in driving rural economic growth, supporting the sustainability of local food production, and strengthening national food security in a holistic and continuous manner.

Rajah 24. Perbandingan Pencapaian Prestasi Pasar Tani Seluruh Malaysia bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 24. *Comparison of Performance Achievements of Farmers' Markets Across Malaysia for the Years 2023 and 2024*







▸ Pasar Tani Proton City, Tanjung Malim Perak, Pasar Tani baharu 2024 yang beroperasi setiap hari Sabtu bermula jam 7.00 pagi hingga 12.30 tengah hari. / *Pasar Tani Proton City, Tanjung Malim, Perak, operating every Saturday from 7.00 am to 12.30 pm*

OUTLET PENGEDARAN

Kewujudan Pasar Tani Kekal (PTK) mencerminkan komitmen berterusan Kerajaan dalam memperkukuh sistem pemasaran agromakanan negara sebagai pendekatan efektif untuk menangani isu kos sara hidup rakyat. Melalui pelaksanaan inisiatif ini, petani dan pengeluar berpeluang meningkatkan pendapatan secara lebih adil tanpa melibatkan perantara, manakala pengguna mendapat manfaat daripada akses kepada produk yang segar, berkualiti dan ditawarkan pada harga yang berpatutan.

DISTRIBUTION OUTLET

The establishment of PTK reflects the government's ongoing commitment to strengthening the national agri-food marketing system as an effective approach to address the cost-of-living issue. Through this initiative, farmers and producers have the opportunity to increase their income more equitably without intermediaries, while consumers benefit from access to fresh, quality products offered at reasonable prices.

Penyediaan ruang niaga yang sistematik dan tersusun memberi peluang kepada usahawan tani untuk bersaing secara kompetitif dalam persekitaran yang lebih teratur dan mesra pengguna. Usaha ini bukan sahaja menyumbang kepada kestabilan harga dan keterjaminan bekalan makanan, malah turut memperkukuh daya saing produk pertanian tempatan dalam pasaran domestik.

The provision of systematic and well-organized trading spaces allows agri-entrepreneurs to compete competitively in a more orderly and consumer-friendly environment. This effort not only contributes to price stability and food supply security but also strengthens the competitiveness of local agricultural products in the domestic market.

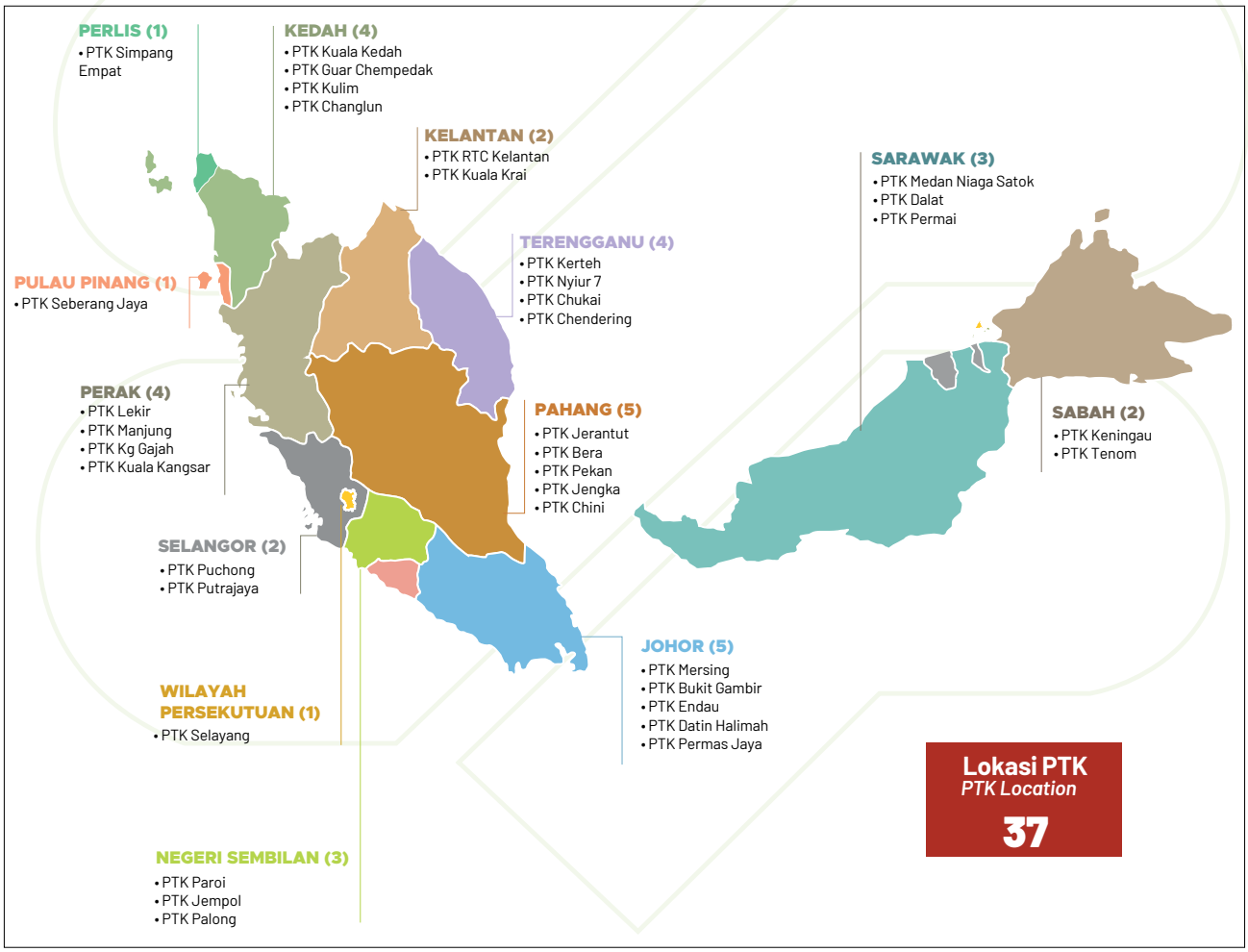
Berikut merupakan taburan 37 lokasi PTK yang telah beroperasi di seluruh negara pada tahun 2024 di **Rajah 25.**

The distribution 37 of Permanent Pasar Tani locations operating nationwide in 2024 is shown in ***Figure 25****.*

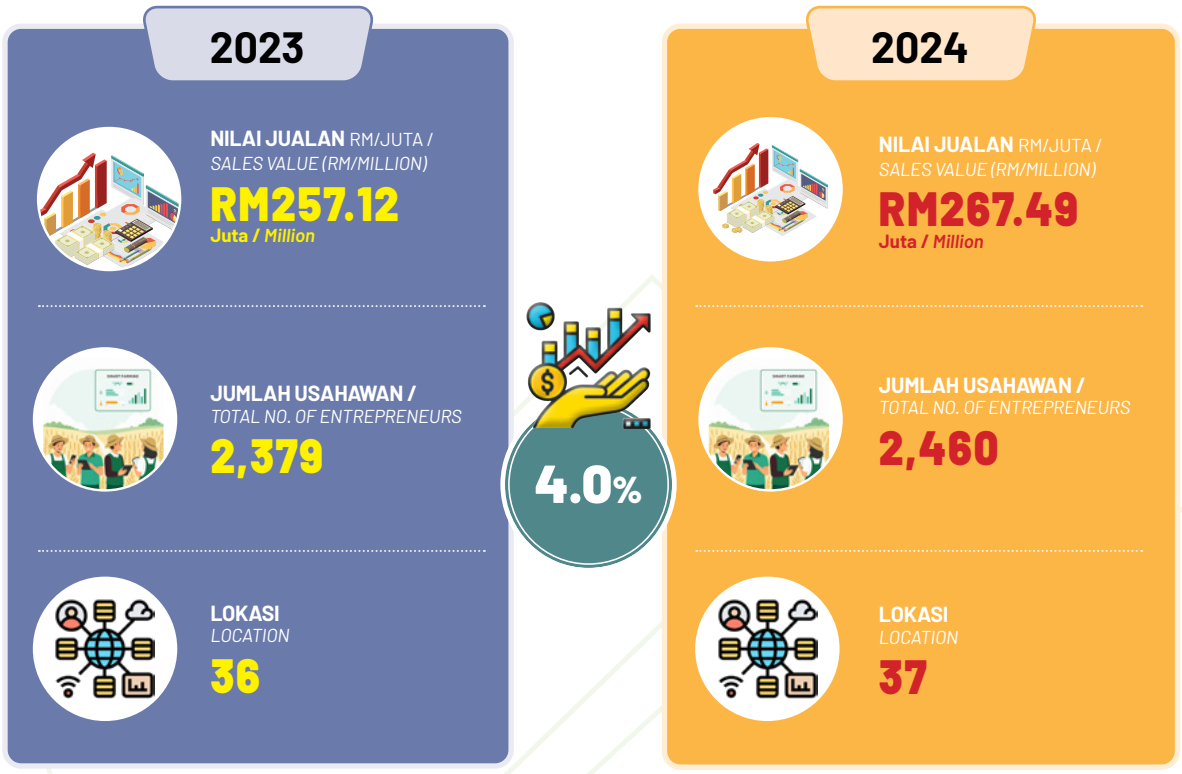
PTK mencatatkan nilai jualan terkumpul sebanyak RM267.49 juta pada tahun 2024, menunjukkan peningkatan sebanyak 4.0 peratus berbanding RM257.12 juta pada tahun 2023 seperti di **Rajah 26**.

PTK recorded cumulative sales of RM267.49 million in 2024, representing an increase of 4.0 percent compared to RM257.12 million in 2023, as shown in ***Figure 26****.*

Rajah 25. Taburan Lokasi Pasar Tani Kekal Seluruh Malaysia Sehingga 31 Disember 2024
Figure 25. *Distribution of Permanent Farmers Market Locations Throughout Malaysia Until 31st December 2024*



Rajah 26. Perbandingan Pencapaian Prestasi Pasar Tani Kekal bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 26. *Comparison of the Performance Achievement of Permanent Farmers' Markets for Year 2023 and 2024*



Medan Niaga Satok (MNS) Sarawak

Medan Niaga Satok (MNS) Sarawak dibangunkan bertujuan menyediakan premis tetap kepada peniaga dengan infrastruktur yang moden, bersih, teratur dan selesa serta menjadi tarikan utama kepada pelancong. MNS menyediakan 1,004 lot niaga bagi semua komponen utama merangkumi 129 lot Pasar basah (Blok B), 134 lot Pasar Sayur (Blok C), 11 lot Plaza (Blok D), 1 lot Dewan Serbaguna, 605 lot Pasar Minggu, 69 lot Pasar Borong dan 55 lot Medan Selera Benteng Satok.

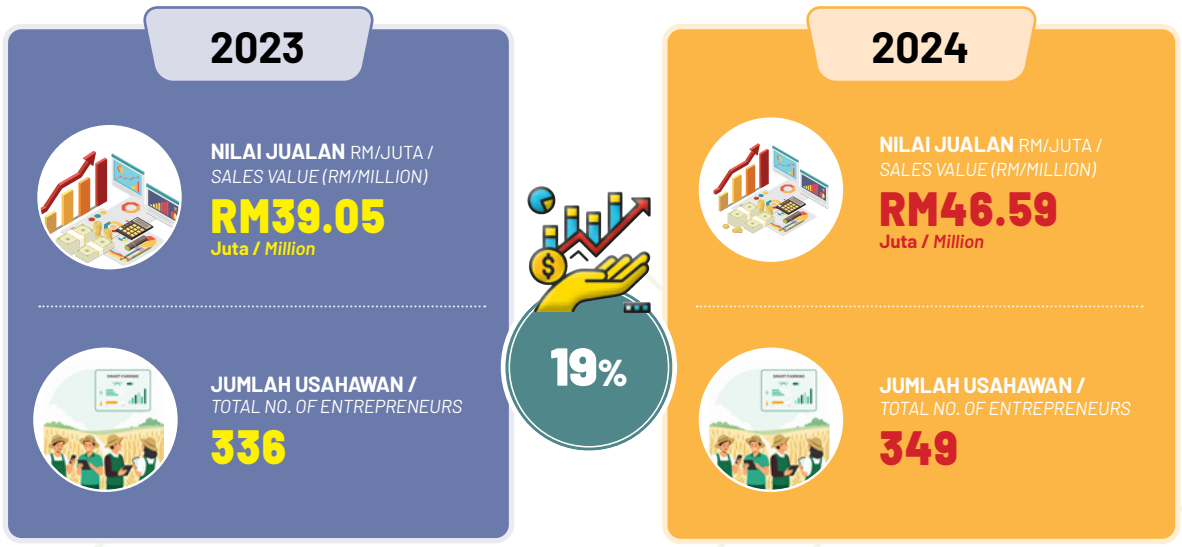
Pada tahun 2024 nilai jualan MNS meningkat sebanyak 19 peratus kepada RM46.59 juta berbanding RM39.05 juta pada tahun 2023. Bilangan usahawan pada tahun 2024 telah meningkat sebanyak 3.7 peratus iaitu 349 usahawan berbanding 336 usahawan pada tahun 2023. **Rajah 27** menunjukkan perbandingan nilai jualan dan bilangan usahawan MNS bagi tahun 2023 dan 2024.

Medan Niaga Satok (MNS) Sarawak

Medan Niaga Satok (MNS) in Sarawak was developed to provide permanent premises for traders with modern, clean, organized, and comfortable infrastructure, while also serving as a major attraction for tourists. MNS offers 1,004 commercial lots covering all main components, including 129 Wet Market lots (Block B), 134 Vegetable Market lots (Block C), 11 Plaza lots (Block D), 1 Multipurpose Hall lot, 605 Weekly Market lots, 69 Wholesale Market lots, and 55 Benteng Satok Food Court lots.

In 2024, MNS recorded a 19 percent increase in sales, reaching RM46.59 million compared to RM39.05 million in 2023. The number of entrepreneurs in 2024 increased by 3.7 percent, totaling 349 entrepreneurs compared to 336 in 2023. ***Figure 27*** *shows the comparison of sales value and number of entrepreneurs at MNS for 2023 and 2024.*

Rajah 27. Perbandingan Pencapaian Prestasi Medan Niaga Satok (MNS) bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 27. *Comparison of Medan Niaga Satok (MNS) Performance Achievements for Year 2023 and 2024*



Pusat Transformasi Luar Bandar (Rural Transformation Center), RTC Kelantan

Pusat Transformasi Luar Bandar atau Rural Transformation Center (RTC) Kelantan merupakan pusat hentian bersepadu pengedaran bekalan makanan negara, pusat pemborongan dan peruncitan hasil-hasil pertanian berkonsepkan *one stop centre*. Pembinaannya merupakan suatu usaha pemodenan dan melengkapkan kemudahan di rangkaian pasar borong sedia ada di Malaysia dan projek ini telah menjadi agenda utama di dalam pembangunan pemasaran hasil-hasil pertanian dan produk makanan. RTC Kelantan membantu meningkatkan ekonomi usahawan dan kawasan sekitarnya, selain menyediakan perkhidmatan sewaan dewan dan lot niaga.

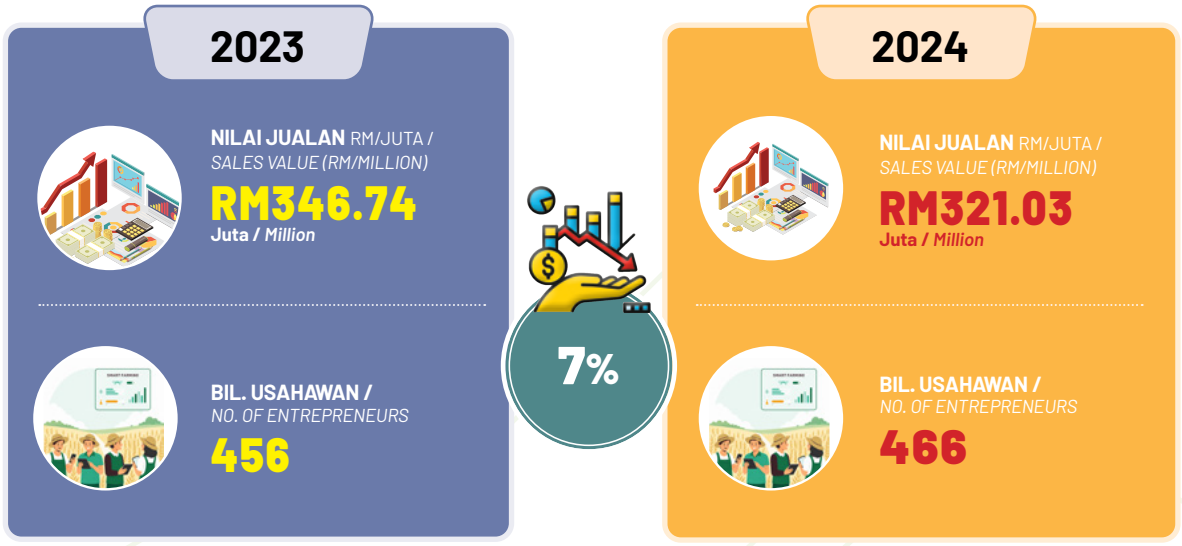
Nilai jualan RTC Kelantan pada tahun 2024 menurun sebanyak 7 peratus kepada RM321.03 juta berbanding RM346.74 juta pada tahun 2023. Seramai 466 usahawan beroperasi pada tahun 2024 berbanding 456 usahawan pada tahun 2023. Penganjuran program Pesta Orkid, *Back to School* serta sambutan program Ramadhan dan sambutan Syawal diadakan pada tahun 2024 menyumbang kepada pencapaian nilai jualan ini.

Rural Transformation Center (RTC) Kelantan

The Rural Transformation Center (RTC) Kelantan is an integrated hub for national food distribution, as well as wholesale and retail of agricultural produce, designed as a one-stop centre. Its construction represents a modernization effort to enhance facilities within Malaysia's existing wholesale market network, and the project has become a key agenda in the development of agricultural produce and food product marketing. RTC Kelantan helps boost the local economy and the livelihoods of entrepreneurs in the surrounding area, in addition to providing rental services for halls and commercial lots.

In 2024, RTC Kelantan recorded a sales value of RM321.03 million, a decrease of 7 percent compared to RM346.7 4 million in 2023. A total of 466 entrepreneurs operated in 2024, compared to 456 entrepreneurs in 2023. The organisation of programmes such as the Orchid Festival, Back to School, as well as Ramadan and Syawal celebrations in 2024 contributed to the increase in this sales value.

Rajah 28. Perbandingan Pencapaian Prestasi RTC Kelantan bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 28. *Comparison of the Performance Achievement of RTC Kelantan for 2023 and 2024*



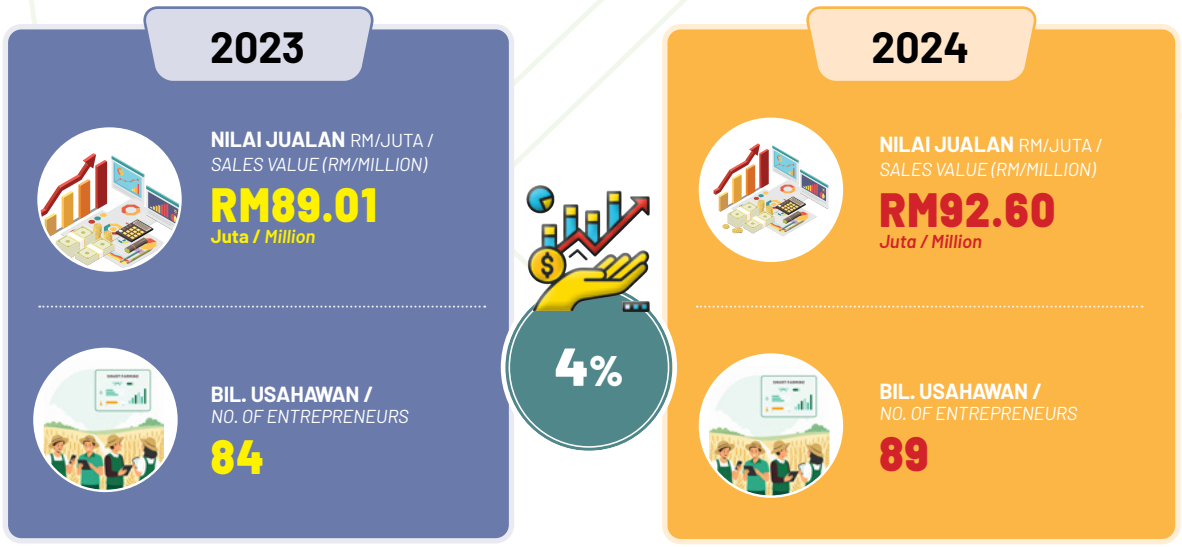
Pusat Transformasi Luar Bandar (Rural Transformation Center), RTC Perak

Pusat Transformasi Luar Bandar (Rural Transformation Center), RTC Perak dibangunkan bertujuan untuk memberikan perkhidmatan dan maklumat mengenai peluang-peluang yang disediakan oleh jabatan dan Agensi kerajaan kepada penduduk sekitar. RTC Perak juga memberi manfaat kepada penduduk luar bandar sebagai pusat integrasi perkhidmatan yang menyeluruh. Ini bertepatan dengan dua komponen penting yang diketengahkan di RTC Perak meliputi perkhidmatan dan kegiatan ekonomi melalui dua konsep utama penubuhan RTC iaitu perkhidmatan kerajaan dan swasta serta hub perniagaan.

Rural Transformation Center (RTC) Perak

The Rural Transformation Center (RTC) Perak was developed to provide services and information on opportunities offered by government departments and agencies to the local community. RTC Perak also benefits rural residents as a comprehensive service integration centre. This aligns with the two main components highlighted at RTC Perak, encompassing services and economic activities through the two core RTC concepts: government and private services, as well as a business hub.

Rajah 29. Perbandingan Pencapaian Prestasi RTC Perak bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 29. *Comparison of the Performance Achievement of RTC Perak for Year 2023 and 2024*



Nilai jualan pada tahun 2024 meningkat sebanyak 4 peratus daripada RM89.01 juta pada tahun 2023 kepada RM92.60 juta. Seramai 89 usahawan beroperasi sehingga tahun 2024 berbanding 84 usahawan pada tahun 2023. Faktor peningkatan berikutan dengan sambutan baik pengguna ke atas program-program yang dilaksanakan di RTC Perak sepanjang tahun 2024. Perbandingan pencapaian nilai jualan dan bilangan usahawan bagi tahun 2024 dan 2023 adalah seperti di **Rajah 29**.

In 2024, sales value increased by 4 percent, from RM89.01 million in 2023 to RM92.60 million. A total of 89 entrepreneurs operated up to 2024, compared to 84 entrepreneurs in 2023. The increase was attributed to positive consumer response to the programs implemented at RTC Perak throughout 2024. The comparison of sales value and number of entrepreneurs for 2024 and 2023 is shown in ***Figure 29****.*





Lawatan Delegasi Gabenor Wilayah Yala ke Pusat Urban Farming, RTC Perak pada 19 November 2024
Visit of the Yala Provincial Governor Delegation to the Urban Farming Centre, RTC Perak on 19 November 2024





Program Bengkel Inspektorat GPL dan Galakan Amalan Baik Komoditi Terpilih di bawah Projek Rintis Amalan Pemasaran Baik Komoditi Terpilih (Pomelo) pada 6 November 2024 di Dewan Banquet RTC Perak. / *Workshop Program for GPL Inspectorate and Promotion of Best Practices for Selected Commodities under the Pilot Project for Good Marketing Practices of Selected Commodities (Pomelo) on 6 November 2024 at the Banquet Hall, RTC Perak*

Pasar Tamu

Tamu merupakan pasar yang beroperasi secara mingguan di negeri Sabah dan Sarawak yang menjual hasil pertanian dan produk keluaran tempatan. Tamu juga dikenali sebagai pasar tani dan biasanya dibuka sehari atau dua hari mengikut daerah masing-masing. FAMA menaik taraf Pasar Tamu sedia ada kepada pasar

Pasar Tamu

Tamu refers to weekly markets in the states of Sabah and Sarawak that sell agricultural produce and local products. Tamu is also known as Pasar Tani and typically operates for one or two days depending on the district. FAMA has upgraded existing Pasar Tamu into modern, systematic, practical, and clean markets

yang moden, bersistematik, praktikal dan bersih dengan mengekalkan identiti dan keunikannya. Pasar Tamu dikendali sepenuhnya oleh Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) daerah terlibat. Sehingga 31 Disember 2024, sejumlah 15 buah Pasar Tamu telah dinaik taraf iaitu tujuh (7) di Sabah dan lapan (8) di Sarawak.

FAMA turut memperolehi peruntukan tambahan sejumlah RM7.6 juta pada tahun 2024 untuk menaiktaraf 39 pasar tamu di seluruh negeri Sabah. Lokasi pasar tamu yang terlibat adalah seperti di **Rajah 30**.

while preserving their unique identity and character. Pasar Tamu is fully managed by the respective Local Authorities (PBT) of each district. As of 31 December 2024, a total of 15 Pasar Tamu have been upgraded, including seven (7) in Sabah and eight (8) in Sarawak.

*FAMA also received an additional allocation of RM7.6 million in 2024 to upgrade 39 Tamu Markets across Sabah. The Tamu Market locations involved are as shown in **Figure 30**.*

Rajah 30. Bilangan Pasar Tamu telah Dinaik Taraf sehingga 31 Disember 2024
Figure 30. *Number of Tamu Markets upgraded as of 31st December 2024*





▸ YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu, Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan telah menyempurnakan serahan Pasar Tamu Telupid kepada Encik Muhammad Nasrul bin Omar, Penolong Pegawai Daerah Telupid. Hadir sama YBhg. Datuk Lokman Hakim bin Ali, Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan, YB Datuk Jonnybone J. Kurum, ADUN N.47 Telupid dan YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli, Pengerusi FAMA pada 14 Julai 2024. / *YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu, Minister of Agriculture and Food Security, officiated the handover of Pasar Tamu Telupid to Encik Muhammad Nasrul bin Omar, Assistant District Officer of Telupid. Also present were YBhg. Datuk Lokman Hakim bin Ali, Chief Secretary General of the Ministry of Agriculture and Food Security; YB Datuk Jonnybone J. Kurum, State Assemblyman for N.47 Telupid, and YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli, Chairman of FAMA, on 14 July 2024.*







▸ Sesi pemeriksaan akhir dan penyerahan projek naik taraf tapak Tamu Mingguan Kampung Jaya Baru Pekan Kunak telah disempurnakan oleh Encik Jefri bin Artha, Timbalan Pengarah (Sekuriti Makanan dan Operasi) FAMA Negeri Sabah. Turut serta dalam sesi ini, wakil Majlis Daerah Kunak dan pihak kontraktor pada 15 Januari 2024. / *The final inspection and handover of the upgrade project for the Weekly Tamu Site at Kampung Jaya Baru, Kunak, was officiated by Encik Jefri bin Artha, Deputy Director (Food Security and Operations) of FAMA Sabah. Also present at the session were representatives from the Kunak District Council and the project contractor on 15 January 2024.*





▸ Penyerahan Pasar Tamu Mingguan Pekan Beaufort kepada PBT pada 20 November 2024.
Handover of the Weekly Pasar Tamu at Beaufort to the Local Authority (PBT) on 20 November 2024.

PROGRAM KHAS PELAN INTERVENSI

Program Intervensi Beras Putih Tempatan

Sejak tercetusnya pandemik COVID-19 pada tahun 2020, Malaysia berdepan pelbagai cabaran dari sudut ekonomi, kesihatan dan keselamatan makanan. Salah satu isu utama yang menjadi perhatian ialah masalah pembekalan beras di mana ia merupakan makanan ruji utama rakyat Malaysia.

Negara pengeluar seperti India dan Thailand mengehadkan mengekspot makanan untuk memastikan bekalan domestik mereka mencukupi dan sekatan eksport beras putih oleh negara India pada tahun 2023 memberi tekanan kepada pengimport seperti Malaysia.

Satu tamparan hebat terhadap negara, di mana harga beras putih tempatan (BPT) dan import meningkat antara 10 peratus hingga 30 peratus sejak 2022. Ini memberi tekanan kepada golongan berpendapatan rendah dan sederhana, serta mewujudkan ketidakstabilan microeconomi.

Atas keprihatian kerajaan dan melihat kelangsungan rakyat dalam mendapatkan BPT, FAMA telah melaksanakan pembekalan di pelbagai platform outlet pemasaran. Nilai jualan keseluruhan sehingga 31 Disember tahun 2024, adalah RM37.56 juta (14,555 tan metrik). **Rajah 31** dan **32** menunjukkan perbandingan nilai pembekalan dan pengedaran Beras Putih Tempatan sepanjang tahun 2024.

INTERVENTION PLAN SPECIAL PROGRAMME

Local White Rice Intervention Programme

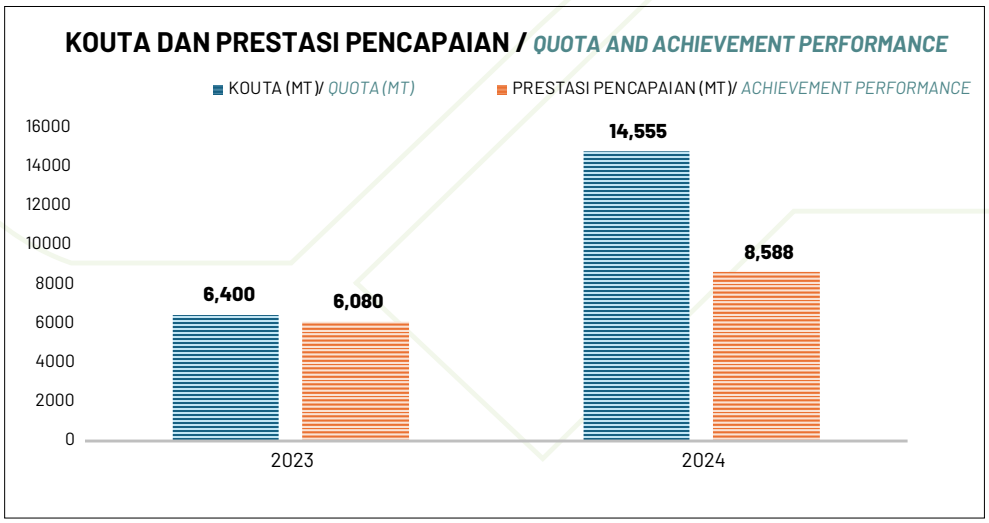
Since the outbreak of the COVID-19 pandemic in 2020, Malaysia faced various challenges in economic, health, and food security aspects. One of the key issues was rice supply, as it is a staple food for Malaysians.

Producing countries like India and Thailand limited exports to ensure sufficient domestic supply, and India's export restrictions on white rice in 2023 put pressure on importing countries like Malaysia.

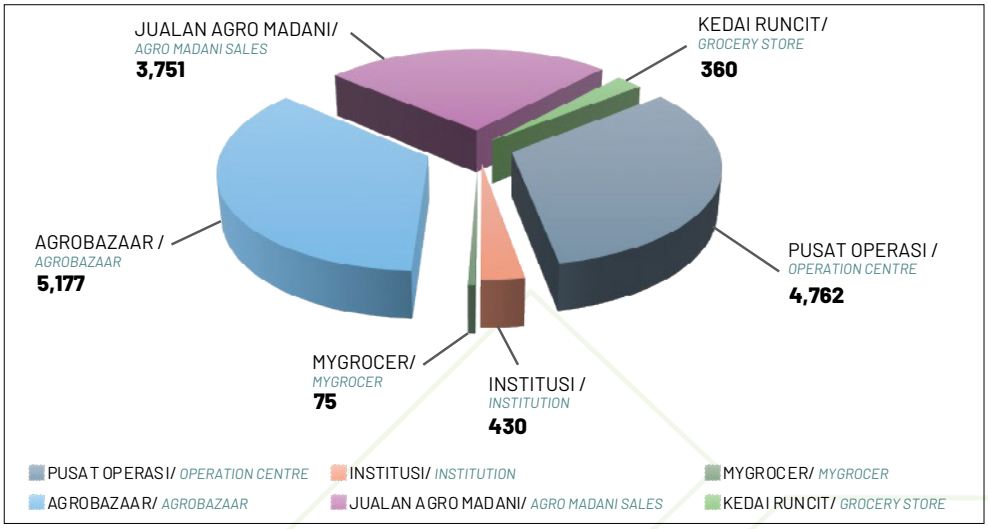
This situation dealt a heavy blow to the country, with local white rice (BPT) and imported rice prices rising between 10 percent and 30 percent since 2022. This placed pressure on low- and middle-income groups and created microeconomic instability.

In response to the government's concern and to ensure citizens' access to BPT, FAMA implemented rice supply distribution across various marketing outlet platforms. The total sales value as of 31 December 2024 was RM37.56 million (14,555 metric tonnes). ***Figures 31*** *and* ***32*** *show the comparison of the supply and distribution value of Local White Rice throughout 2024.*

Rajah 31. Perbandingan Nilai (Mt) Pembekalan Beras Putih Tempatan (BPT) di Semenanjung Malaysia pada Tahun 2023 dan 2024
Figure 31. *Comparison of Local White Rice (BPT) Supply Volume (Metric Tons) in Peninsular Malaysia for Year 2023 and 2024*



Rajah 32. Pengedaran Beras Putih Tempatan (BPT) Outlet Pemasaran Tahun 2023 sehingga 2024 (Tan Metrik)
Figure 32. *Distribution of Local White Rice (BPT) Through Marketing Outlets from Year 2023 to 2024 (Metric Tons)*





Jualan BPT Sempena Karnival Jualan Agro Madani Mega Bentong, Pahang pada 25 hingga 27 Oktober 2024.
BPT Sales during the Mega Agro Madani Sales Carnival in Bentong, Pahang from 25 to 27 October 2024.



Jualan BPT di Pasar Tani Perkarangan Masjid Sultan Ahmad Shah, Sungai Isap, Kuantan, Pahang pada 24 Ogos 2024. /
BPT Sales at the Pasar Tani held at the compound of Masjid Sultan Ahmad Shah, Sungai Isap, Kuantan, Pahang on 24 August 2024.



Jualan BPT di Pusat Operasi FAMA Puchong, Selangor. / *BPT Sales at Operation Centre FAMA Puchong, Selangor.*



FAMA Negeri Kedah menerima bekalan BPT daripada syarikat pembekal BPT di Pusat Operasi Alor Setar, Kedah. /
FAMA Kedah received the BPT supply from a BPT supplier company at the Operations Centre in Alor Setar, Kedah.

PEMBEKALAN PRODUK AGROMAKANAN

Pada tahun 2024, FAMA terus memperkukuhkan keupayaan dalam memastikan kelancaran rantaian bekalan hasil agromakanan negara melalui fungsi pengukuhan pemasaran segar di seluruh rangkaian Pusat Operasi (PO). FAMA bukan sahaja menyelaras pengumpulan hasil daripada ladang, tetapi turut memastikan produk agromakanan berada dalam keadaan segar ketika sampai ke outlet peruncitan serta rangkaian pemasar. Pendekatan ini memberikan impak yang besar kepada petani, penternak dan usahawan apabila hasil mereka mendapat saluran pasaran alternatif yang lebih terjamin, sekali gus membantu meringankan kos sara hidup rakyat melalui penawaran hasil segar pada harga berpatutan.

Isu Pembekalan dan Tindakan Penyelesaian

Sepanjang 2024, beberapa isu pembekalan yang melibatkan peningkatan pengeluaran dan potensi lambakan hasil pertanian telah dikenal pasti di beberapa negeri. FAMA bertindak pantas melalui intervensi bersasar yang merangkumi tindakan pembelian terus, pengaturan pasaran, perluasan saluran pemasaran dan mobilisasi antara negeri. Langkah-langkah ini mencerminkan kemampuan FAMA untuk bertindak secara responsif dalam menangani turun naik pasaran, seiring dengan komitmen agensi dalam melindungi pendapatan petani di samping memastikan kestabilan bekalan di pasaran domestik.

Isu pertama yang ditangani pada Februari 2024 melibatkan komoditi **kelapa matag** di kawasan Bagan Datuk, Perak. Pengeluaran kelapa yang meningkat mendadak akibat keadaan cuaca yang menggalakkan dan musim penghasilan serentak telah menyebabkan

AGROFOOD PRODUCT SUPPLY

In 2024, FAMA continued to strengthen its capacity in ensuring the smooth operation of the national agrofood supply chain through the function of fresh marketing enhancement across its network of Operations Centres (PO). FAMA not only coordinated the collection of produce from farms but also ensured that agri-food products remained fresh upon reaching retail outlets and marketing networks.This approach created significant positive impacts for farmers, breeders, and entrepreneurs, as their produce gained more reliable alternative market channels, while simultaneously helping to ease the cost of living through the availability of fresh products at affordable prices.

Supply Issues and Mitigation Measures

Throughout 2024, several supply-related issues involving increased production and the potential oversupply of agricultural produce were identified in several states. FAMA responded promptly through targeted interventions, including direct purchasing actions, market coordination, expansion of marketing channels, and inter-state mobilization. These measures reflect FAMA's capability to act responsively in addressing market fluctuations, in line with the agency's commitment to protecting farmers' income while ensuring supply stability in the domestic market.

*The first issue addressed in February 2024 involved **matag coconut** commodities in the Bagan Datuk area, Perak. A sudden increase in coconut production, driven by favourable weather conditions and a simultaneous harvesting season, resulted in the market receiving*





▸ Perbincangan FAMA Negeri Perak bersama usahawan kelapa matag.
Discussion between FAMA Perak and matag coconut entrepreneurs.

pasaran menerima lebihan bekalan dalam masa singkat. Keadaan ini memberi tekanan kepada harga ladang apabila pemborong mula mengehadkan pembelian. Menyedari risiko lambakan yang boleh menjejaskan pendapatan usahawan, FAMA segera menjalankan sesi perbincangan bersama pengusaha bagi mengenal pasti jumlah pengeluaran sebenar dan jurang pasaran yang wujud. Melalui intervensi pembelian terus serta penyaluran bekalan ke outlet peruncitan FAMA, Pasar Tani dan rangkaian pemborong luar kawasan, FAMA berjaya menstabilkan kembali aliran pasaran kelapa matag dan mengurangkan potensi kerugian yang bakal ditanggung usahawan di kawasan tersebut.

Pada Julai 2024, peningkatan ketara dalam pengeluaran **pitaya (buah naga)** direkodkan di kawasan Dengkil, Selangor. Faktor cuaca panas dan kitaran pengeluaran semula jadi tanaman telah menyebabkan buah dituai dalam jumlah yang lebih tinggi daripada biasa. Keadaan ini mewujudkan lebihan bekalan di ladang, sekaligus memberi kesan kepada harga apabila permintaan pemborong tidak seiring dengan peningkatan pengeluaran. Dalam menangani isu ini, FAMA mengaktifkan langkah pembelian intervensi dan menggiatkan usaha pengaturan pasaran dengan memanfaatkan rangkaian pasaran FAMA seperti outlet-outlet Agrobazaar, Pasar Tani serta program Jualan Agro Madani. Melalui penyelarasan logistik yang lebih sistematik, FAMA turut mengagihkan bekalan pitaya ke kawasan berpotensi tinggi seperti Lembah Klang dan beberapa bandar utama di negeri lain seperti Ipoh, Johor Bahru dan Kuantan. Langkah-langkah ini bukan sahaja berjaya mengurangkan lambakan, tetapi juga meningkatkan akses pasaran pengusaha pitaya secara keseluruhan.

excess supply within a short period. This situation placed downward pressure on farm-gate prices as wholesalers began to limit their purchases. Recognising the risk of oversupply that could affect entrepreneurs' income, FAMA immediately conducted discussion sessions with producers to identify the actual production volume and existing market gaps. Through direct purchase interventions and the distribution of supply to FAMA retail outlets, Pasar Tani, and external wholesale networks, FAMA successfully stabilised the flow of the matag coconut market and reduced the potential losses that entrepreneurs in the area might have incurred.

*In July 2024, a significant increase in **pitaya (dragon fruit)** production was recorded in the area of Dengkil, Selangor. Hot weather conditions and the natural production cycle of the crop resulted in harvest volumes that were higher than usual. This situation created a surplus supply at the farm level, which in turn affected prices as wholesalers' demand did not keep pace with the increased production. To address this issue, FAMA, activated intervention purchasing measures and intensified market coordination efforts by leveraging FAMA's marketing networks such as Agrobazaar outlets, Pasar Tani, and Agro Madani Sales programmes. Through more systematic logistics coordination, FAMA also distributed pitaya supplies to high-potential markets such as the Klang Valley as well as several major cities in other states, including Ipoh, Johor Bahru, and Kuantan. These measures not only succeeded in reducing the surplus but also improved overall market access for pitaya entrepreneurs.*



▸ Pengumpulan buah Pitaya di Kebun Daerah Sepang, Selangor.
Collection of pitaya (dragon fruit) at the orchard in Sepang District, Selangor

Pada November 2024, beberapa komoditi lain turut menunjukkan peningkatan pengeluaran yang ketara, antaranya **pisang berangan** di Negeri Sembilan. Lonjakan pengeluaran ini telah menyebabkan berlaku lebihan bekalan di peringkat ladang, manakala pemborong mengurangkan pengambilan berikutan permintaan pengguna yang bergerak secara perlahan. Melihat kepada keadaan tersebut, FAMA menjalankan pembelian terus bagi menampung lebihan hasil serta menyalurkan pisang berangan ke outlet peruncitan FAMA di seluruh negeri, termasuk Pasar Tani Kekal, Pasar Tani dan outlet-outlet Agrobazaar. Usaha ini diperkukuhkan lagi dengan penyelarasan pemasaran melalui Rakan Pemasar Kontrak Pemasaran bagi memastikan hasil dapat dipasarkan ke luar daerah secara konsisten. Intervensi ini membuktikan keberkesanan jaringan pemasaran FAMA dalam membantu petani mengekalkan kestabilan pendapatan meskipun berlaku perubahan mendadak dalam pasaran.

*In November 2024, several other commodities also recorded significant increases in production, including **pisang berangan** (a local banana variety) in Negeri Sembilan. The surge in output resulted in excess supply at the farm level, while wholesalers reduced their purchases due to slower consumer demand. In response to this situation, FAMA carried out direct purchases to absorb the surplus produce and distributed the bananas to FAMA retail outlets throughout the state, including permanent Pasar Tani, Pasar Tani, and Agrobazaar outlets. These efforts were further strengthened through coordinated marketing with Contract Marketing Partners to ensure the produce could be consistently distributed to areas outside the district. This intervention demonstrates the effectiveness of FAMA's marketing network in helping farmers maintain income stability despite sudden market fluctuations.*





▸ Lawatan dan perbincangan FAMA Negeri Sembilan di kebun pisang berangan, Gunung Datuk. / *Visit and discussion by FAMA Negeri Sembilan at the berangan banana plantation, Gunung Datuk.*

Dalam tempoh yang sama, lebihan pengeluaran **nangka J33** turut direkodkan di kawasan Lanchang, Pahang. Pengeluaran nangka yang bersifat bermusim sering kali menyebabkan peningkatan mendadak dalam bekalan apabila hasil matang hampir serentak. FAMA segera menjalankan pemantauan pengeluaran di lapangan dan melaksanakan pembelian terpilih bagi mengurangkan tekanan lambakan. Sebahagian besar

*During the same period, a surplus in **J33 jackfruit** production was also recorded in Lanchang, Pahang. The seasonal nature of jackfruit often leads to a sudden increase in supply when the fruits ripen almost simultaneously. FAMA, immediately conducted field monitoring of production and implemented targeted purchases to alleviate the oversupply pressure. Most of the jackfruit was successfully distributed to FAMA*





▸ Sesi tinjauan tapak dan perbincangan antara FAMA Negeri Pahang bersama usahawan Nangka J33 di Daerah Lanchang bagi memperkukuhkan rantaian pemasaran serta potensi pengeluaran buah setempat. / *Site survey and discussion session between FAMA Pahang and J33 jackfruit entrepreneurs in Lanchang District to strengthen the marketing chain and the production potential of local fruits.*

hasil nangka berjaya disalurkan ke outlet pasaran FAMA di Pahang dan Lembah Klang, manakala selebihnya dipasarkan kepada industri pemprosesan termasuk pengusaha jus, puri dan makanan berasaskan nangka. FAMA turut menggalakkan petani menyertai Program Ladang Kontrak sebagai langkah jangka panjang bagi memastikan pengeluaran dapat dipantau secara lebih tersusun serta mengurangkan risiko lambakan pada musim puncak akan datang.

Di Sabah pula, lebihan pengeluaran **pomelo** pada November 2024 telah memberikan cabaran tersendiri apabila pasaran tempatan tidak dapat menyerap keseluruhan hasil yang dikeluarkan. Bagi memastikan hasil tidak terbuang dan petani tidak menanggung kerugian, FAMA menggerakkan strategi pemasaran rentas wilayah dengan menghantar bekalan pomelo ke Semenanjung Malaysia. Penghantaran ini dilaksanakan melalui koordinasi logistik yang melibatkan beberapa Pusat Operasi FAMA di Semenanjung bagi memastikan bekalan tiba dalam keadaan segar sebelum dipasarkan kepada outlet peruncitan, pasar tani dan outlet-outlet Agrobazaar terpilih. Pendekatan ini bukan sahaja menyelesaikan isu lebihan pengeluaran, malah memberikan peluang pasaran yang lebih luas kepada pengusaha pomelo Sabah dengan membuka pasaran baharu di luar negeri Sabah.

Secara keseluruhannya, beberapa siri intervensi yang telah dilaksanakan oleh FAMA sepanjang tahun 2024 jelas menunjukkan peranan aktif agensi dalam menyokong kestabilan rantaian bekalan agromakanan melalui tindakan pantas, responsif dan bersasar. Keupayaan Pusat Operasi dalam menguruskan aliran pengeluaran, mengatur pasaran dan menghubungkan bekalan dengan permintaan telah memberi kesan positif yang signifikan kepada petani dan usahawan. Usaha ini mencerminkan komitmen berterusan FAMA dalam melaksanakan mandatnya sebagai agensi pemasaran utama negara demi memastikan keterjaminan makanan, kelestarian pendapatan usahawan dan kemampanan pasaran domestik secara keseluruhan.

marketing outlets in Pahang and Klang Valley, while the remainder was marketed to the processing industry, including juice producers, puree manufacturers, and jackfruit-based food producers. FAMA also encouraged farmers to participate in the Contract Farm Programme as a long-term measure to ensure production can be monitored more systematically and reduce the risk of oversupply during future peak seasons.

In Sabah, the surplus ***pomelo*** *production in November 2024 posed its own challenges as the local market could not absorb the entire harvest. To prevent wastage and ensure farmers did not incur losses, FAMA, implemented a cross-state marketing strategy by sending pomelo supplies to Peninsular Malaysia. This distribution was carried out through coordinated logistics involving FAMA Operations Centres in Peninsular Malaysia to ensure the pomelos arrived fresh before being marketed at retail outlets, Pasar Tani, and selected Agrobazaar outlets. This approach not only resolved the surplus production issue but also provided wider market opportunities for Sabah pomelo entrepreneurs by opening new markets outside the state.*

Overall, the series of interventions implemented by FAMA throughout 2024 clearly demonstrated the agency's active role in supporting the stability of the agri-food supply chain through swift, responsive, and targeted actions. The capability of the Operation Centers in managing production flows, regulating the market, and connecting supply with demand has had a significant positive impact on farmers and entrepreneurs. These efforts reflect FAMA's ongoing commitment to fulfilling its mandate as the nation's primary marketing agency, ensuring food security, sustaining entrepreneurs' income, and maintaining the overall sustainability of the domestic market.





▸ Pengumpulan buah Pomelo di ladang daerah Tenom, Sabah / *Collection of pomelo fruits at farms in Tenom district, Sabah*

PERLUASAN PENGGUNAAN INFRASTRUKTUR PEMASARAN
EXPANSION OF THE UTILISATION OF MARKETING INFRASTRUCTURE

FAMA menyediakan pelbagai kemudahan logistik seperti kenderaan perdagangan, bilik sejuk, hab pengedaran segar yang menjadi pemangkin kepada pengurangan kos operasi di sepanjang rantaian bekalan. Keupayaan ini telah memperluas akses pasaran kepada petani kecil dan usahawan tani, seterusnya menyumbang kepada peningkatan pendapatan mereka serta merangsang pembangunan ekonomi luar bandar. Pendekatan ini secara langsung menyokong agenda Kerajaan dalam usaha mengurangkan kos sara hidup rakyat melalui penyediaan bekalan makanan pada harga yang lebih berpatutan.

FAMA provides a wide range of logistics facilities, including commercial vehicles, cold rooms, and fresh distribution hubs, which serve as catalysts for reducing operational costs throughout the supply chain. These capabilities have expanded market access for smallholder farmers and agri-entrepreneurs, thereby contributing to increased incomes while stimulating rural economic development. This approach directly supports the Government's agenda to reduce the cost of living by ensuring the availability of food supplies at more affordable prices.

PUSAT PENGUMPULAN LADANG

Pusat Pengumpulan Ladang (PPL) dibangunkan bagi menambah baik rangkaian infrastruktur pasaran supaya aktiviti pemasaran hasil pertanian pengeluar dapat dijalankan dengan lebih terancang dan sistematik. Antara objektif utama adalah untuk meningkatkan kualiti hasil pertanian melalui aktiviti pengendalian lepas tuai yang betul dan sebagai *platform* bagi pertemuan antara pengeluar, pemasar dan pengguna.

Sehingga 31 Disember 2024 sebanyak 252 PPL yang aktif telah direkodkan. Kuantiti kendalian terkumpul yang direkodkan pula adalah sebanyak 20,087 tan metrik dengan nilai RM58.4 Juta. Pembangunan PPL ini secara tidak langsung dapat mengurangkan kos operasi pengendalian dalam rantaian pemasaran FAMA.

Selain itu, Pusat Pengumpulan Ladang ini telah memberi impak yang besar sebagai sebuah pusat pengumpulan di kawasan pengeluaran serta memudahkan pengguna untuk mendapatkan hasil pertanian setempat. Perbandingan pencapaian keseluruhan PPL bagi tahun 2023 dan 2024 adalah seperti di **Jadual 10.**

FARM COLLECTION CENTRE

The Farm Collection Centre (PPL) was developed to enhance the market infrastructure network, enabling the marketing activities of agricultural produce by producers to be carried out in a more organised and systematic manner. Among its main objectives are to improve the quality of agricultural produce through proper post-harvest handling practices, as well as to serve as a platform for engagement between producers, marketers, and consumers.

As of 31st December 2024, a total of 252 active PPL have been recorded. The cumulative handled volume recorded is 20,087 metric tonnes with a value of RM58.4 million. The development of these PPLs has indirectly reduced operational costs in FAMA's marketing chain.

In addition, the Farm Collection Centres have had a significant impact as aggregation hubs in production areas and have facilitated consumers in obtaining local agricultural produce. A comparison of the overall performance of PPLs for 2023 and 2024 is shown in ***Table 10****.*

Jadual 10. Perbandingan Pencapaian PPL bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 10. *Comparison of PPL Performance for Year 2023 and 2024*

	2023	2024
Bilangan PPL *Number of PPL*	242	252
Kuantiti Kendalian (MT) *Handled Quantity (MT)*	19,490	12,199
Nilai Kendalian (RM/Juta) *Handled Value (RM/Million)*	55.14	36.18



▸ PPL di Limbang Sarawak
PPL in Limbang, Sarawak



▸ PPL di Kampung Keledek, Kuala Lipis Pahang
PPL in Kampung Keledek, Kuala Lipis, Pahang

BILIK SEJUK FAMA

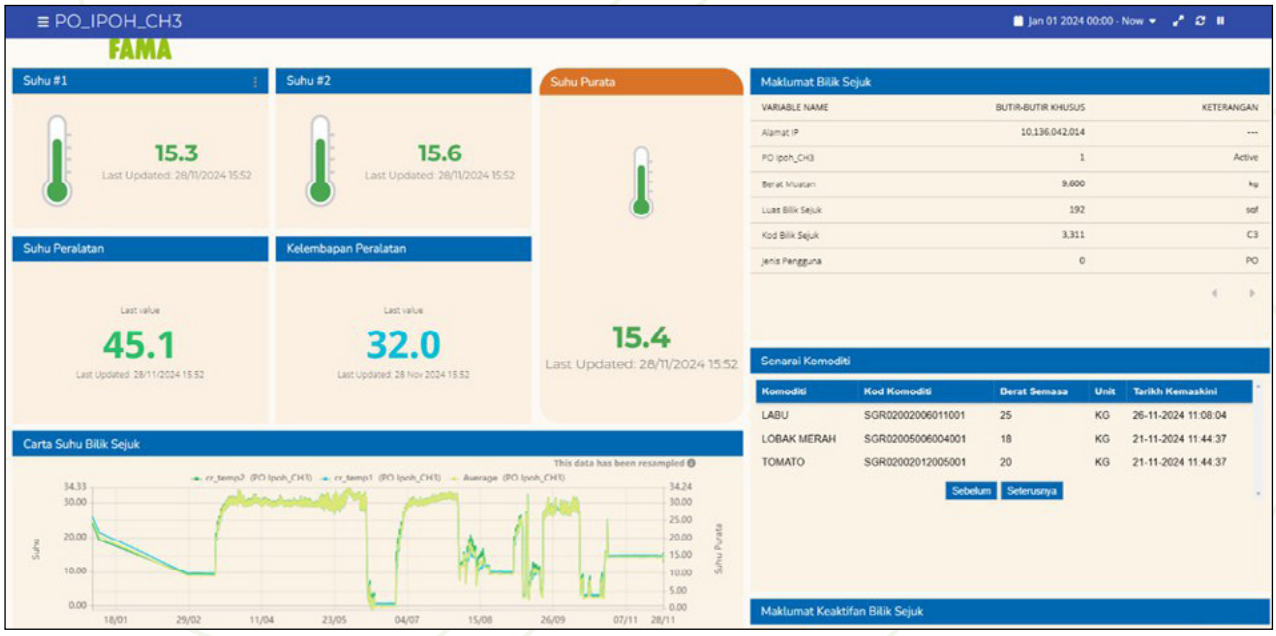
Secara umumnya Pusat Operasi FAMA dilengkapi dengan kemudahan bilik sejuk bagi penyimpanan hasil pertanian dan bekalan ternakan. Sehingga 31 Disember 2024, FAMA mempunyai 166 buah bilik sejuk di seluruh Malaysia berbanding 157 buah yang dilaporkan pada tahun 2023. FAMA mengambil inisiatif untuk menawarkan perkhidmatan sewaan bilik sejuk kepada usahawan. Insiatif ini membantu usahawan menyimpan hasil pertanian, terutamanya semasa musim pengeluaran sayur-sayuran dan buah-buahan.

Inisiatif ini membantu usahawan untuk menyimpan stok makanan bagi mangsa bencana banjir yang melanda Semenanjung Malaysia pada penghujung tahun 2023. Terdapat beberapa komoditi sayur utama seperti tomato, labu, lobak merah, kobis bulat dan ayam proses disimpan dan diagihkan kepada Pusat Operasi FAMA di seluruh Malaysia. FAMA memastikan komoditi yang disimpan dalam keadaan yang segar dan menjamin kualiti serta stok yang mencukupi melalui sistem AGROFAS.

FAMA COLD ROOM

In general, FAMA Operational Centres are equipped with cold room facilities for the storage of agricultural produce and livestock supplies. As of 31 December 2024, FAMA has 166 cold rooms throughout Malaysia compared to 157 reported in 2023. FAMA has also taken the initiative to offer cold room rental services to entrepreneurs. This initiative assists entrepreneurs in storing agricultural produce, particularly during peak vegetable and fruit production seasons.

This initiative helps entrepreneurs store food supplies for flood victims affected by the floods that struck throughout Peninsular Malaysia at the end of 2023. Several key vegetable commodities such as tomatoes, pumpkin, carrots, round cabbage, and processed chicken were stored and distributed to FAMA Operational Centres across Malaysia. FAMA ensures that the stored commodities remain fresh and maintains quality as well as adequate stock through the AGROFAS system.

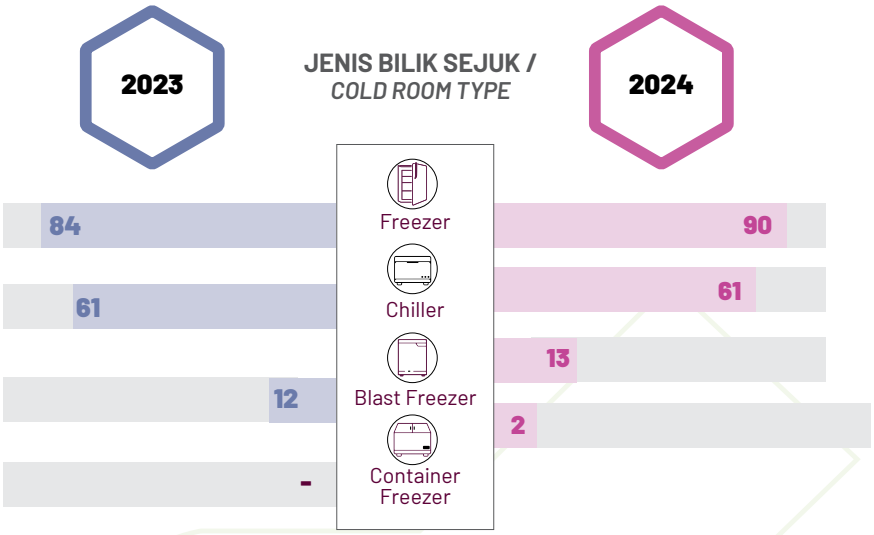


Dashboard Sistem AGROFAS yang berfungsi bagi memantau suhu bilik sejuk
AGROFAS System Dashboard Used for Monitoring Cold Room Temperature

Jadual 11 menunjukkan bilangan bilik sejuk mengikut jenis dan kapasiti muatan bagi tahun 2023 dan 2024. Sepanjang tahun 2024, sebanyak 9 buah bilik sejuk baharu telah dibina dan menjadikan jumlah terkumpul bilik sejuk FAMA berjumlah 166 buah.

***Table 11** shows a comparison of the number of cold rooms by type and storage capacity for 2023 and 2024. In 2024, a total of 9 new cold rooms were constructed, bringing the total number of FAMA cold rooms to 166.*

Jadual 11. Perbandingan Bilangan Bilik Sejuk Mengikut Jenis dan Kapasiti Muatan bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 11: *Comparison of the Number of Cold Rooms by Type and Storage Capacity for Year 2023 and 2024*



JUMLAH BILIK SEJUK TERKUMPUL (UNIT) *TOTAL ACCUMULATED COLD ROOM (UNIT)*		
	2023	2024
	157	166
ANGGARAN MUATAN (MT) *ESTIMATED CAPACITY (MT)*		
	2023	2024
	1,586.5	1,672.3

Sumber: Bahagian Kejuruteraan FAMA
Source: FAMA Engineering Division



▸ Bilik sejuk baru jenis *freezer* dan *blast freezer* yang dibina pada tahun 2024 di Pusat Operasi Batu Kurau, Perak.
New freezer and blast freezer cold rooms constructed in 2024 at the Batu Kurau Operational Centre, Perak.

HAB PENGEDARAN FAMA

Hab pengedaran FAMA dapat meningkatkan aksesibiliti produk agromakanan di pasaran dan memudahkan pemasar meningkatkan bekalan secara konsisten. Hab pengedaran ini juga menjadi tempat pengumpulan hasil pertanian setempat sebelum hasil tersebut diagihkan ke pasaran luar. Pemasar yang menyewa di hab pengedaran dapat melancarkan pengumpulan pelbagai komoditi hasil pertanian dari ladang dan menjalankan aktiviti penggredan, pembungkusan dan penyimpanan bekalan.

Pada tahun 2024, sembilan (9) hab pengedaran FAMA telah mengendalikan urusniaga segar sebanyak 2,526.85 tan metrik dengan nilai RM7.80 juta. FAMA dapat merancakkan kegiatan ekonomi setempat dan meningkatkan pendapatan petani selain menjamin kebolehcapaian dan ketersediaan bekalan agromakanan di pasaran. FAMA akan meyakinkan petani bahawa keterjaminan pemasaran agromakanan yang strategik dan cekap.

FAMA DISTRIBUTION HUB

FAMA distribution hubs enhance the accessibility of agrofood products in the market and enable marketers to maintain a consistent supply. These distribution hubs also serve as collection points for locally produced agricultural products before they are distributed to external markets. Marketers renting space at distribution hubs are able to facilitate the collection of various agricultural commodities from farms and carry out grading, packaging, and storage of supplies.

In 2024, nine (9) FAMA distribution hubs handled fresh transactions amounting to 2,526.85 metric tonnes, with a value of RM7.80 million. FAMA has been able to stimulate local economic activities and increase farmers' income, while also ensuring the accessibility and availability of agri-food supplies in the market. FAMA will assure farmers of a strategic and efficient agri-food marketing system.





▸ Hab Pengedaran FAMA Kelantan mengendalikan urus niaga buah tembikai.
The FAMA Kelantan Distribution Hub handled watermelon transactions.

KEMUDAHAN LOGISTIK PENGEDARAN - KENDERAAN PERDAGANGAN FAMA

Kenderaan perdagangan FAMA yang dilengkapi sistem penyejukan juga membolehkan hasil pertanian dikendalikan dalam keadaan optimum, sekali gus meminimumkan kehilangan lepas tuai dan menjamin kualiti produk sehingga ke peringkat pengguna. Kemudahan ini amat penting bagi pengeluar yang memiliki hasil berkualiti tetapi tidak mempunyai kemudahan logistik sendiri. Hasil mereka boleh disalurkan melalui Pusat Operasi dan rangkaian outlet pemasaran FAMA di seluruh negara, mempercepat proses pengedaran dan menjimatkan kos.

Sehingga 31 Disember 2024, FAMA memiliki sebanyak 204 buah kenderaan perdagangan, berbanding 215 buah pada tahun sebelumnya. Pengurangan ini berpunca daripada pelupusan kenderaan lama yang tidak lagi ekonomik untuk dikendalikan. Langkah ini juga adalah sebahagian daripada penstrukturan semula aset logistik bagi memastikan hanya kenderaan yang cekap dan kos efektif digunakan dalam operasi pemasaran FAMA.

Jadual 12 menunjukkan perbandingan bilangan dan jenis kenderaan perdagangan yang dimiliki oleh FAMA bagi tahun 2023 dan 2024.

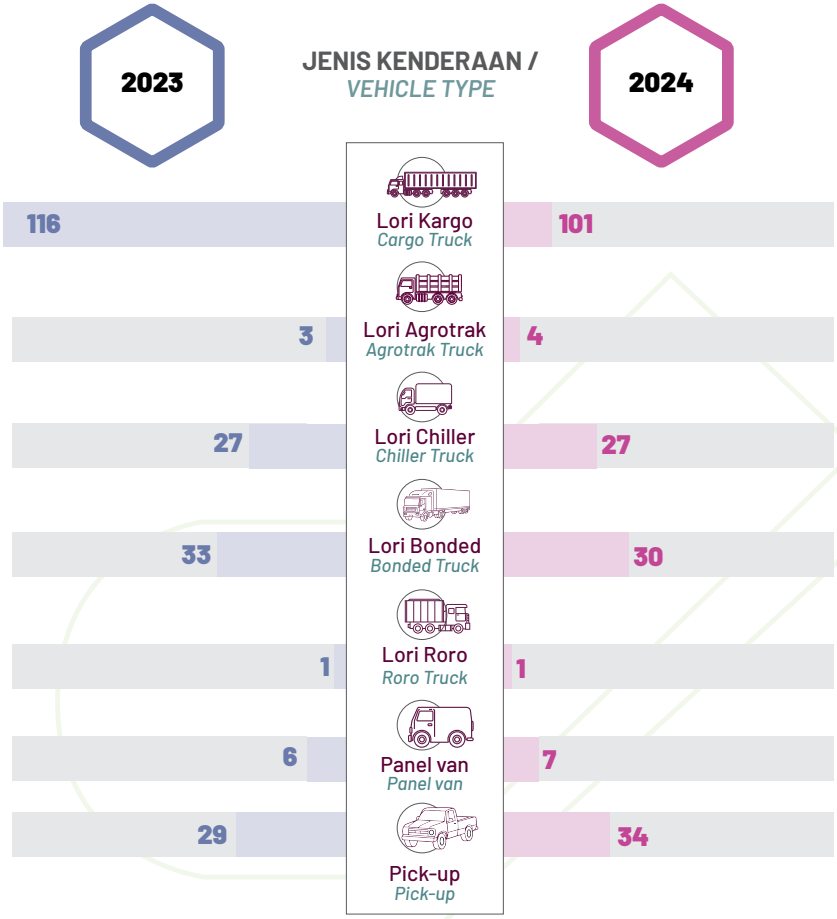
DISTRIBUTION LOGISTICS FACILITY – FAMA COMMERCIAL VEHICLES

FAMA's commercial vehicles, equipped with cooling systems, also enable agricultural produce to be handled under optimal conditions, thereby minimizing post-harvest losses and ensuring product quality up to the consumer level. This facility is particularly important for producers who have high-quality produce but lack their own logistics infrastructure. Their produce can be distributed through FAMA's Operations Centres and marketing outlet network nationwide, accelerating the distribution process and reducing costs.

As of 31st December 2024, FAMA owned a total of 204 commercial vehicles, compared to 215 in the previous year. This reduction was due to the disposal of older vehicles that were no longer economical to operate. The move is also part of the restructuring of logistics assets to ensure that only efficient and cost-effective vehicles are used in FAMA's marketing operations.

***Table 12** shows a comparison of the number and types of commercial vehicles owned by FAMA for 2023 and 2024.*

Jadual 12. Perbandingan Bilangan dan Jenis Kenderaan Perdagangan FAMA bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 12. *Comparison of the Number and Types of FAMA Commercial Vehicles for Year 2023 and 2024*



JUMLAH TERKUMPUL (BUAH) *TOTAL ACCUMULATED (UNITS)*	
2023	2024
215	204

Sumber: Bahagian Pentadbiran FAMA /
Source: FAMA Administration Division



▸ *Pick-Up* digunakan untuk mengangkut belian timun oleh Pusat Operasi Prai, Pulau Pinang.
Pick-up trucks are used to transport purchased cucumber by the Prai Operational Centre, Penang.



▸ Lori Kargo Am digunakan untuk mengangkut belian rock melon oleh Pusat Operasi Kuala Selangor, Selangor.
General cargo trucks are used to transport purchased rock melon by the Kuala Selangor Operational Centre, Selangor.

PROGRAM PEMBERDAYAAN PEMASARAN AGROMAKANAN (i-BELA)

Program Pemberdayaan Pemasaran Agromakanan bertujuan untuk melaksanakan aktiviti belian hasil pertanian daripada petani serta Program Jualan Terus kepada pengguna dengan tawaran harga yang berpatutan selain memastikan rantaian pembekalan makanan terus terjamin terutama pada waktu krisis.

Salah satu komponen di bawah program ini adalah Intervensi Belian Hasil Ladang (i-BELA) yang merangkumi aktiviti pemasaran bagi komoditi tanaman dan ternakan. Daripada jumlah keseluruhan peruntukan sebanyak RM45.73 juta, sejumlah RM17.29 juta diperuntukkan bagi pelaksanaan i-BELA Tanaman yang merangkumi dua (2) skop utama, manakala RM12.32 juta diperuntukkan bagi pelaksanaan i-BELA Ternakan yang melibatkan tiga (3) skop utama.

Perincian pecahan peruntukan dan skop pelaksanaan adalah seperti **Jadual 13**.

AGROFOOD MARKETING EMPOWERMENT PROGRAMME (i-BELA)

The Agri-Food Marketing Empowerment Program aims to carry out activities for purchasing agricultural produce from farmers as well as Direct Sales Programs to consumers at affordable prices, while ensuring the continuity of the food supply chain, especially during times of crisis.

One of the components under this programme is the Farm Produce Purchase Intervention (i-BELA), which covers marketing activities for crop and livestock commodities. From the total allocation of RM45.73 million, RM17.29 million was allocated for the implementation of i-BELA Crop, which comprises two (2) main scopes, while RM12.32 million was allocated for the implementation of i-BELA Livestock, which involves three (3) main scopes.

The detailed breakdown of allocations and implementation scopes is shown in ***Table 13****.*

Jadual 13. Skop dan Komponen i-Bela Tanaman dan Ternakan
Table 13. *Scope and Components i-Bela Crop and Livestock*

i-BELA TANAMAN DAN i-BELA TERNAKAN *i-BELA PLANTS AND i-BELA LIVESTOCK*	Modal Pusingan / *Revolving Capital*	Belian Terus / *Direct Purchase* Pengurusan Logistik / *Logistics Management*
	Fasiliti Penyimpanan *Storage Facilities*	Naik Taraf Bilik Sejuk / *Cold Room Upgrading* Hab Pemasaran Ternakan *Livestock Marketing Hub*
I-BELA TERNAKAN *i-BELA LIVESTOCK*	Peralatan Sokongan Pemasaran *Marketing Support Equipment*	Chiller atau Freezer / *Chiller or Freezer* Peralatan Sokongan Pemasaran *Marketing Support Equipment*

Komponen di bawah skop Modal Pusingan bagi i-BELA (Tanaman) ini meliputi pembelian barang kawalan seperti beras dan kos pengurusan logistik. Pada tahun 2024, jumlah pembelian terus barang kawalan telah mencecah 15,832 tan metrik. Bagi i-BELA (Ternakan) skop Modal Pusingan merangkumi pembelian terus di ladang serta kos pengurusan logistik. Sepanjang tahun 2024, jumlah pembelian terus komoditi ternakan telah mencapai 1,557 tan metrik.

Komponen Pengurusan Kos Logistik dalam skop i-BELA (Tanaman) melibatkan peruntukan bagi pengurusan rantaian bekalan, termasuk aktiviti pengumpulan, penghantaran dan pengedaran komoditi tanaman dari ladang ke pusat penyimpanan serta kepada pengguna. Selain itu, komponen ini turut merangkumi kos berkaitan sewaan perkhidmatan pengangkutan, peruntukan bahan api, bayaran tol serta penyelenggaraan dan

The components under the Working Capital scope for i-BELA (Crops) include the purchase of controlled items such as rice and logistics management costs. In 2024, the total direct purchase of controlled items reached 15,832 metric tons. For i-BELA (Livestock), the Revolving Capital scope covers direct farm purchases as well as logistics management costs. Throughout 2024, the total direct purchases of livestock commodities reached 1,557 metric tonnes.

The Logistics Cost Management component under the i-BELA (Crop) scope involves allocations for supply chain management, including activities related to the collection, transportation, and distribution of crop commodities from farms to storage centres and consumers. In addition, this component also covers costs related to transportation service rentals, fuel allocation, toll payments, as well as the maintenance





pembaikan kenderaan perdagangan. Kos logistik juga meliputi perbelanjaan bagi penghantaran bekalan ke outlet-outlet FAMA serta ke Pusat Operasi FAMA.

Di bawah i-BELA Tanaman dan Ternakan juga terdapat skop pembelian kenderaan, pada tahun 2024, pembelian sebanyak sebelas (11) buah kenderaan perdagangan telah dilaksanakan dan diagihkan mengikut keperluan Pusat Operasi FAMA. Pembelian kenderaan perdagangan ini adalah bagi mengukuhkan lagi jaringan logistik dalam pembekalan rantaian agromakanan. Ia juga sebagai pemangkin dalam memartabatkan lagi keberadaan hasil pertanian di pasaran supaya sekuriti makanan negara terjamin. Di samping itu, pembelian sembilan (9) buah lori sejuk juga telah dilaksanakan pada tahun 2024. Ia merupakan satu elemen strategik dalam memperkukuhkan infrastruktur logistik bagi sektor ternakan, khususnya dalam aspek pengedaran dan pemasaran hasil ternakan segar. Kewujudan kemudahan ini memberi pelbagai manfaat langsung dan tidak langsung kepada pemain industri ternakan serta pengguna akhir.

and repair of commercial vehicles. Logistics costs also include expenses for the delivery of supplies to FAMA outlets and FAMA Operational Centres.

Under both the i-BELA Crop and Livestock programmes, there is also a scope for vehicle procurement. In 2024, a total of eleven (11) commercial vehicles were purchased and distributed according to the needs of FAMA Operational Centres. The procurement of these commercial vehicles was intended to further strengthen the logistics network within the agri-food supply chain. It also serves as a catalyst in enhancing the market presence of agricultural produce to ensure national food security.In addition, the procurement of nine (9) refrigerated trucks was also carried out in 2024. This represents a strategic element in strengthening logistics infrastructure for the livestock sector, particularly in the distribution and marketing of fresh livestock products. The availability of these facilities provides various direct and indirect benefits to livestock industry players as well as end consumers.





Bagi menjamin dan mengekalkan kualiti hasil pertanian, fasiliti penyimpanan seperti bilik sejuk perlu berada dalam keadaan yang baik. Pada tahun 2024, bilik sejuk sedia ada di 21 Pusat Operasi telah dinaik taraf dan ditambah baik di bawah skop Fasiliti Penyimpanan. **Jadual 14** menunjukkan pecahan bilik sejuk yang telah dinaik taraf.

To ensure and maintain the quality of agricultural produce, storage facilities such as cold rooms must be kept in good condition. In 2024, the existing cold rooms at 21 Operations Centres were upgraded and improved under the Storage Facilities' scope. ***Table 14*** *shows the breakdown of the cold rooms that have been upgraded.*

Jadual 14. Pecahan Bilik Sejuk Dinaik Taraf
Table 14. *Breakdown of Upgraded Cold Rooms*

BIL / *NO.*	NEGERI / *STATE*	PUSAT OPERASI FAMA / *FAMA OPERATIONS CENTRE*
1.	Perlis	Pusat Pemprosesan Buah-buahan Segar FAMA (PPBBSF) Beseri / *FAMA Fresh Fruit Processing Center (PPBBSF) Beseri*
2.	Kedah	PO Alor Setar
		PO Sungai Petani
3.	Perak	PO Ipoh (Menglembu)
4.	Selangor	PO Kuala Selangor
		PO Dengkil
		PO Puchong
5.	Wilayah Persekutuan	PO Selayang
6.	Negeri Sembilan	PO Seremban
		PPBBSF Kuala Pilah
7.	Melaka	PO Ayer Keroh
8.	Johor	PO Tangkak
		PO Johor Bahru
		PO Simpang Renggam
9.	Kelantan	PO Kota Bahru
		PO Machang
10.	Terengganu	PO Kuala Terengganu
		Hab Pengedaran PO Besut
11.	Pahang	PO Jerantut
		PO Kuantan
12.	Sabah	PO Kota Kinabalu

Penambahbaikan fasiliti penyimpanan turut dilaksanakan bagi menjalankan aktiviti pemasaran ternakan. Sepanjang tahun 2024 sebanyak enam (6) unit bilik sejuk baharu telah dibangunkan. Daripada jumlah tersebut lima (5) unit dibangunkan di Pusat Operasi FAMA terpilih dan satu (1) unit di premis usahawan. Selain itu, tujuh (7) unit Hab pengedaran ternakan telah diwujudkan di outlet peruncitan FAMA dan dikendalikan oleh usahawan pemasar yang berpotensi **(Jadual 15)**.

Improvements to storage facilities were also implemented to support livestock marketing activities. Throughout 2024, a total of six (6) new cold room units were developed. Of these, five (5) units were developed at selected FAMA Operational Centres and one (1) unit at an entrepreneur's premises. In addition, seven (7) livestock distribution hubs were established at FAMA retail outlets and operated by potential marketing entrepreneurs ***(Table 15).***

Jadual 15. Pembinaan Hab Pengedaran Ternakan bagi Tahun 2024
***Table 15**. Development of Livestock Distribution Hubs for 2024*

1	Johor	PTK Datin Halimah Ayam / *Chicken*
2	Johor	PTK Datin Halimah Daging / *Meat*
3	Johor	PTK Bukit Gambir Daging / *Meat*
4	Terengganu	PTK Chukai Daging / *Meat*
5	Kedah	Kota Tani Langkawi Daging / *Meat*
6	Pahang	PTK Jerantut Daging / *Meat*
7	Kelantan	PTK Kuala Krai Ayam / *Chicken*





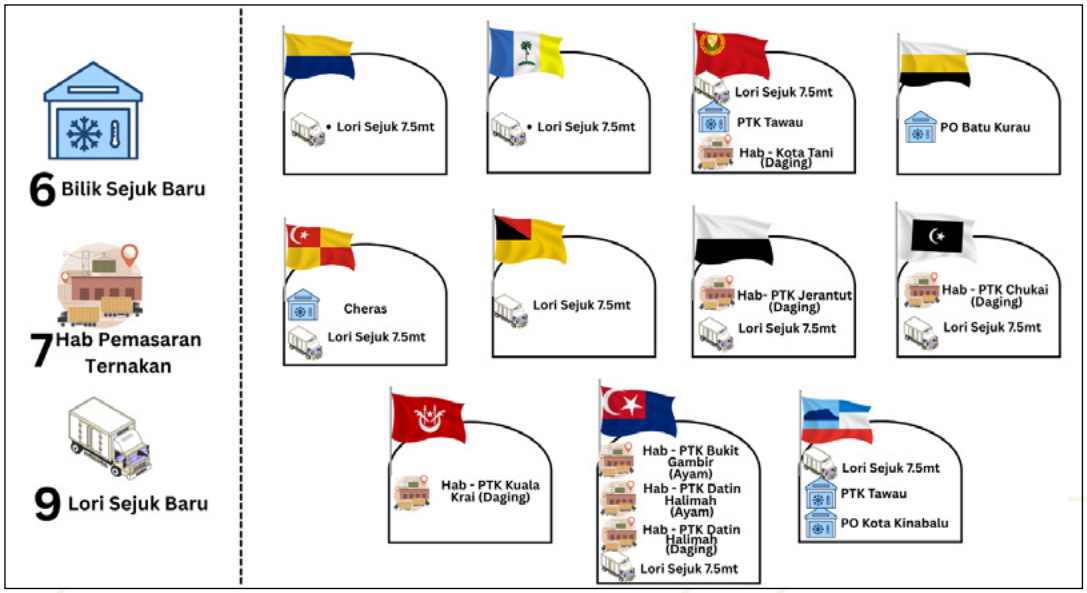
Hab Pemasaran Ternakan di Kota Tani Langkawi, Kedah
Livestock Marketing Hub at Kota Tani Langkawi, Kedah





Hab Pemasaran Ternakan di PTK Chukai, Terengganu
Livestock Marketing Hub at PTK Chukai, Terengganu

Rajah 33. Lokasi Bilik Sejuk, Hab Pemasaran Ternakan dan Penempatan Lori Sejuk bagi Tahun 2024
Figure 33. *Locations of Cold Rooms, Livestock Marketing Hubs dan Refrigerated Truck Deployment for Year 2024*

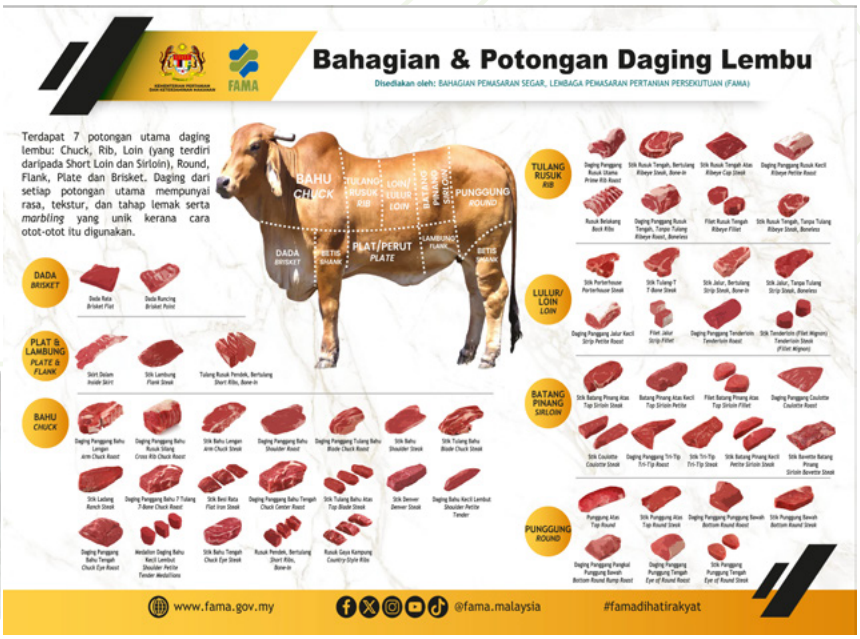


Dalam usaha memperkukuh ekosistem pemasaran hasil ternakan, komponen pembelian peralatan pemasaran telah dilaksanakan sebagai sokongan logistik dan operasi yang strategik. Peralatan yang dibekalkan memainkan peranan penting dalam mempertingkatkan kecekapan, kualiti penyampaian serta daya saing produk ternakan di pasaran. Antara peralatan yang telah dibekalkan termasuklah chiller mudah alih, freezer mudah alih, insulated box, troli, bakul plastik, palet plastik, plastik pembungkusan dan peralatan sokongan pemasaran yang bersesuaian.

In efforts to strengthen the livestock marketing ecosystem, the procurement of marketing equipment has been implemented as a strategic support for logistics and operations. The equipment supplied plays an important role in enhancing efficiency, service quality, and the competitiveness of livestock products in the market. Among the equipment provided are portable chillers, portable freezers, insulated boxes, trolleys, plastic baskets, plastic pallets, packaging plastics, and other suitable marketing support equipment.







▸ Peralatan pemasaran yang dibekalkan: meja dan penyangkut daging tahan karat (stainless steel), bakul ayam dan poster potongan daging. / *Marketing equipment supplied: stainless steel tables and meat hanging racks, chicken baskets, and meat cut posters.*

Penggunaan peralatan ini bukan sahaja meningkatkan imej penternak dan usahawan ternakan semasa menjalankan aktiviti promosi dan penjualan, tetapi turut menyumbang kepada keseragaman urusniaga yang lebih telus dan diyakini pengguna. Secara keseluruhannya, pelaburan dalam peralatan pemasaran memberi impak langsung kepada peningkatan daya saing hasil ternakan tempatan di pasaran terbuka, di samping memperkukuh strategi pemasaran secara bersepadu.

The use of this equipment not only enhances the image of livestock farmers and entrepreneurs during promotional and sales activities, but also contributes to more standardised, transparent transactions that are trusted by consumers. Overall, investment in marketing equipment has a direct impact on improving the competitiveness of local livestock products in the open market, while also strengthening integrated marketing strategies.

PUSAT PEMPROSESAN BUAH-BUAHAN SEGAR FAMA (PPBBSF)

Pusat Pemprosesan Buah-buahan Segar FAMA (PPBBSF) adalah merupakan Pusat Operasi FAMA yang dinaiktaraf untuk membolehkan penghasilan makanan yang selamat, bersih, berkualiti dan dapat menembusi pasaran eksport. Kemudahan fasiliti yang disediakan perlu mematuhi segala aspek keselamatan dan kebersihan bagi memproses dan menjaga kualiti makanan. Sehingga kini, sebanyak 12 buah pusat telah berjaya memperolehi pensijilan *Good Manufacturing Practice* (GMP) yang telah diiktiraf dan diluluskan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) daripada 14 buah PPBBSF yang ada di seluruh Malaysia.

Selain menjamin aspek keselamatan dan kebersihan makanan, PPBBSF seluruh negara turut memberi impak signifikan dalam memastikan jaminan pasaran dengan membantu petani, khususnya ketika berlaku lebihan pengeluaran buah bermusim. Inisiatif ini secara tidak langsung menyumbang kepada peningkatan pendapatan petani serta memastikan kelangsungan pengeluaran hasil yang berkualiti dan selamat untuk dibekalkan kepada pengguna. **Jadual 16** menunjukkan perbandingan kuantiti dan nilai kendalian buah-buahan di PPBBSF bagi tahun 2023 dan 2024.

FAMA FRESH FRUIT PROCESSING CENTRE (PPBBSF)

The FAMA Fresh Fruit Processing Centres (PPBBSF) are FAMA Operational Centres that have been upgraded to enable the production of safe, clean, and high-quality food products with the potential to penetrate export markets. The facilities provided must comply with all safety and hygiene requirements for food processing and quality assurance. To date, 12 centres have successfully obtained Good Manufacturing Practice (GMP) certification recognised and approved by the Ministry of Health Malaysia (MOH), out of 14 PPBBSF centres nationwide.

In addition to ensuring food safety and hygiene, PPBBSF nationwide also has a significant impact in ensuring market security by assisting farmers, particularly during periods of seasonal fruit overproduction. This initiative indirectly contributes to increasing farmers' income and ensuring the continuity of producing high-quality and safe produce for consumers (Table 18). ***Table 16*** *shows a comparison of the quantity and value of fruit handling at PPBBSF for 2023 and 2024.*

Jadual 16. Perbandingan Kuantiti dan Nilai Kendalian Buah-Buahan di PPBBSF bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 16. *Comparison of the Quantity And Value of Fruit Handled at PPBBSF for Year 2023 and 2024*

TAHUN *YEAR*	KUANTITI KENDALIAN (TAN METRIK) *HANDLED QUANTITY (METRIC TON)*	NILAI KENDALIAN (RM) *HANDLED VALUE (RM)*
2023	4.01	74,620
2024	1.80	20,780
JUMLAH / TOTAL	**5.81**	**95,400**

Nota: nilai dan kuantiti menunjukan penurunan pada tahun 2024 berikutan pengeluaran buah-buahan bermusim yang tidak optimum kesan daripada perubahan cuaca yang tidak menentu sepanjang tahun.
Note: The value and quantity show a decline in 2024 due to suboptimal seasonal fruit production resulting from unpredictable weather changes throughout the year.




Aktiviti Pemprosesan Buah Durian di PPBBSF Kota Samarahan, Sarawak
Durian Fruit Processing Activities at PPBBSF Kota Samarahan, Sarawak

PUSAT MEMPROSES MAKANAN FAMA (PMMF) DAN KOPIESATU

Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF)

PMMF berperanan sebagai teras dalam memacu pembangunan industri agromakanan negara dan sebagai hab strategik bagi memperkasa nilai tambah produk keluaran pertanian tempatan. Antara fungsi dan inisiatif PMMF adalah seperti berikut:

a) PMMF memberi peluang kepada usahawan untuk menghasilkan produk makanan berjenama sendiri melalui program kontrak pengilangan yang sistematik dan berimpak tinggi.
b) Produk yang dikeluarkan melalui PMMF mematuhi sepenuhnya perundangan makanan serta menepati kehendak pasaran, sekali gus meningkatkan daya saing di peringkat domestik dan antarabangsa.
c) Usahawan dapat menjalankan pengeluaran tanpa perlu menanggung beban pelaburan modal dalam bentuk pembelian mesin dan peralatan pemprosesan.
d) PMMF turut berperanan dalam meningkatkan kapasiti pengeluaran bagi menampung permintaan pasaran yang semakin berkembang

Sehingga kini, FAMA mempunyai lima (5) buah PMMF yang masih aktif beroperasi seperti di **Jadual 17** di bawah:

FAMA FOOD PROCESSING CENTRE (PMMF) AND KOPIESATU

FAMA Food Processing Centre (PMMF)

PMMF serves as a core driver in advancing the development of the national agri-food industry and as a strategic hub for enhancing the value-added of locally produced agricultural products. The functions and initiatives of PMMF are as follows:

a) PMMF provides entrepreneurs with the opportunity to produce their own branded food products through a systematic and high-impact contract manufacturing program.
b) Products produced through PMMF fully comply with food regulations and meet market requirements, thereby enhancing competitiveness both domestically and internationally.
c) Entrepreneurs can carry out production without bearing the burden of capital investment in purchasing processing machinery and equipment.
d) PMMF also plays a role in increasing production capacity to meet growing market demand.

*To date, FAMA has five (5) active PMMFs in operation, as shown in **Table 17** below:*

Jadual 17. Senarai Pusat Memproses Makanan FAMA bagi Tahun 2024
Table 17. *List of FAMA Food Processing Centers for the Year 2024*

BIL. *NO.*	LOKASI *LOCATION*	PRODUK *PRODUCT*	PENSIJILAN *CERTIFICATION*
1.	Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Rengit, Johor / *FAMA Food Processing Centre (PMMF) Rengit, Johor*	i. Seri Kaya Madu ii. Jem iii. Kordial iv. Sirap Ros v. Ready To Drink (RTD) vi. Pes dan vii. Rosel Segar	MeSTI, Halal, GMP, HACCP dan MS ISO 9001:2005
2.	Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Banting, Selangor / *FAMA Food Processing Centre (PMMF) Banting, Selangor*	i. Kopi / *Coffee*	MeSTI dan Halal
3.	Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Kuala Selangor, Selangor / *FAMA Food Processing Centre (PMMF) Kuala Selangor, Selangor*	i. Cip Ubi Kayu / *Cassava Chips* ii. Tepung Serbaguna/ *Multipurpose Flour*	MeSTI, Halal dan GMP
4.	Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Kuala Nerang, Kedah / *FAMA Food Processing Centre (PMMF) Kuala Nerang, Kedah*	i. Madu / *Honey*	MeSTI dan Halal
5.	Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Puchong Jaya, Selangor / *FAMA Food Processing Centre (PMMF) Puchong Jaya, Selangor*	i. Kopiesatu	MeSTI dan Halal

PMMF Rengit

Pada tahun 2024, PMMF Rengit telah merekodkan jumlah pengeluaran sebanyak 221 tan metrik, melibatkan nilai keseluruhan sebanyak RM2.0 juta, merangkumi produk utama seperti jem, kordial, sirap, RTD dan pes masakan. PMMF Rengit kini mempunyai sebanyak 49 Stock Keeping Unit (SKU) yang aktif dan berdaya saing di pasaran. Tahun 2024 turut menyaksikan pengenalan dua (2) produk baharu secara OEM untuk Kopiesatu yang dikembangkan di fasiliti ini, iaitu: sambal rosel dan sambal ikan bilis.

PMMF Rengit

In 2024, PMMF Rengit recorded a total production of 221 metric tonnes, with a total value of RM2.0 million, comprising key products such as jam, cordial, syrup, ready-to-drink (RTD) beverages, and cooking paste. PMMF Rengit currently has 49 active and competitive Stock Keeping Units (SKUs) in the market. The year 2024 also saw the introduction of two (2) new OEM products for Kopiesatu developed at this facility, namely roselle sambal and anchovy sambal.



▸ Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Rengit, Johor
FAMA Food Processing Centre (PMMF) Rengit, Johor



▸ Produk baharu secara OEM: sambal rosel dan sambal ikan bilis. /
New OEM products: roselle sambal and anchovy sambal.

PMMF Banting

Sehingga kini, PMMF Banting menghasilkan 36 SKU jenama Agromas dan jenama usahawan. Pada tahun 2024, PMMF ini telah mencatatkan purata pengeluaran sebanyak 128.28 tan metrik dengan nilai keseluruhan sebanyak RM3.98 juta.

PMMF Banting

To date, PMMF Banting produces 36 SKUs under the Agromas brand and entrepreneur brands. In 2024, this PMMF recorded an average production of 128.28 metric tonnes, with a total value of RM3.98 million.



▸ Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Banting, Selangor *FAMA Food Processing Centre (PMMF) Banting, Selangor*



▸ Produk-Produk Jenama Agromas dan Anggerek *Agromas and Anggerek Branded Products*



▸ Sebahagian Produk-produk Original Equipment Manufacturer (OEM) / *Some Original Equipment Manufacturer (OEM) Products*

PMMF Kuala Selangor

PMMF Kuala Selangor telah berjaya mengeluarkan 6 Stock Keeping Unit (SKU) utama yang mendapat sambutan di pasaran, iaitu:

- Tepung Goreng Serbaguna 150g
- Tepung Berempah 1kg
- Cip Ubi Kayu
- Santan
- Kerisik
- Perkhidmatan Pengisaran (udang kering, beras pulut dan kacang)

Pada tahun 2024, PMMF Kuala Selangor ini telah mencatatkan purata pengeluaran sebanyak 21.7 tan metrik dengan nilai keseluruhan sebanyak RM167,502.57. Selain itu, PMMF Kuala Selangor turut memainkan peranan dalam menyokong inisiatif kebajikan nasional apabila berjaya menyediakan bekalan Kit Makanan 2024/2025 sebanyak 62,600 unit kepada

PMMF Kuala Selangor

PMMF Kuala Selangor has successfully produced six main Stock Keeping Units (SKUs) that are well-received in the market, namely:

- *Multipurpose Frying Flour 150g*
- *Spiced Flour 1kg*
- *Cassava Chips*
- *Coconut Milk*
- *Toasted Coconut (Kerisik)*
- *Grinding Services (dried shrimp, glutinous rice, and beans)*

In 2024, PMMF Kuala Selangor recorded an average production of 21.7 metric tons (21,738.69 kg) with a total value of RM167,502.57. In addition, PMMF Kuala Selangor played a role in supporting national welfare initiatives by supplying 62,600 Food Kits for 2024/2025 to the National Disaster Management Agency (NADMA), 38,500 retort food units to State Civil Defense Force

Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA), 38,500 unit Makanan Retort kepada Petugas APM Negeri dan 50,000 unit Makanan Retort kepada Jabatan Kebajikan Masyarakat.

(APM) personnel, and 50,000 retort food units to the Department of Social Welfare.







PMMF Kuala Nerang

PMMF Kuala Nerang membeli bekalan madu daripada pengumpul madu tempatan dan memasarkan produk madu lebah dan kelulut di pasaran. Pada tahun 2024, PMMF Kuala Nerang telah mencatatkan purata pengeluaran madu sebanyak 1,410kg dengan nilai keseluruhan sebanyak RM332,548.30.

PMMF Kuala Nerang

PMMF Kuala Nerang purchases honey supplies from local honey collectors and markets honeybee and stingless bee (kelulut) honey products in the market. In 2024, PMMF Kuala Nerang recorded an average honey production of 1,410 kg, with a total value of RM332,548.30.



▸ Pusat jualan madu lebah PMMF, Kuala Nerang.
Honey Sales Centre, PMMF Kuala Nerang



▸ Produk-produk madu tualang dan kelulut keluaran PMMF, Kuala Nerang./
Tualang and kelulut bee honey products produced by PMMF Kuala Nerang

PMMF Puchong Jaya

PMMF Puchong Jaya berperanan menjalankan aktiviti jualan produk Kopiesatu melalui perkhidmatan jualan minuman berasaskan kopi tempatan yang berkualiti tinggi. Sehingga 31 Disember 2024, terdapat 12 outlet jualan yang telah dibangunkan dan perbandingan nilai jualan bagi tahun 2023 dan 2024 setiap outlet adalah seperti di **Jadual 18**.

PMMF Puchong Jaya

*PMMF Puchong Jaya plays a role in carrying out Kopiesatu product sales activities through the provision of high-quality local coffee-based beverage sales services. As of 31st December 2024, a total of 12 sales outlets have been developed, and a comparison of sales value for 2023 and 2024 for each outlet is shown in **Table 18.***

Jadual 18. Perbandingan Nilai Jualan Outlet Kopiesatu bagi Tahun 2023 dan 2024
***Table 18.** Comparison of Kopiesatu Outlet Sales Value for Year 2023 and 2024*

NEGERI *STATE*	LOKASI *LOCATION*	NILAI JUALAN (RM/JUTA) (Berakhir 31 Disember 2023) *SALES VALUE (RM/ MILLION) (As at 31st December 2023)*	NILAI JUALAN (RM/JUTA) (Berakhir 31 Disember 2024) *SALES VALUE (RM/ MILLION) (As at 31st December 2024)*
Putrajaya	1. Outlet Kopiesatu MOF (Blok Utara) *Kopiesatu Outlet MOF (North Block)*	RM0.20	RM0.208
	2. Outlet Kopiesatu KPKM (Lobi) *Kopiesatu Outlet KPKM (Lobby)*	RM0.217	RM0.332
	3. Outlet Kopiesatu KPWKM (Lobi) *Kopiesatu Outlet KPWKM (Lobby)*	RM0.092	RM0.113
	4. Outlet Kopiesatu Medan Selera Presint 9 *Kopiesatu Outlet Presint 9 Food Court*	RM0.23	RM0.262
Selangor	5. Outlet Kopiesatu FAMA Dot 3, Selayang *Kopiesatu Outlet FAMA Dot 3, Selayang*	RM0.099	RM0.122
	6. Outlet Kopiesatu Hospital Sg. Buloh (Lobi) *Kopiesatu Outlet Hospital Sg. Buloh (Lobby)*	RM0.423	RM0.909
	7. Outlet Kopiesatu i-City Mall, Shah Alam *Kopiesatu Outlet i-City Mall, Shah Alam*	RM0.062	RM0.185
Kuala Lumpur	8. Outlet Kopiesatu MINDEF (Lobi) *Kopiesatu Outlet MINDEF (Lobby)*	RM0.201	RM0.458
Perak	9. Outlet Kopiesatu RTC Gopeng *Kopiesatu Outlet RTC Gopeng*	RM0.139	RM0.54
Negeri Sembilan	10. Outlet Kopiesatu ILFPD FAMA *Kopiesatu Outlet ILFPD FAMA*	RM0.024	RM0.024
Foodtruck	11. Foodtruck *Foodtruck*	RM0.114	RM0.593
Lain-lain	12. Lain-lain *Others*	RM0.074	RM0.196
JUMLAH KESELURUHAN / *TOTAL*		**RM1.875 juta / *million***	**RM3.456 juta / *million***

Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) Puchong Jaya berperanan dalam memperkukuh rantaian nilai agromakanan, dengan jumlah pengeluaran mencecah sehingga 10 tan metrik dengan nilai RM336,000.00. PMMF Puchong Jaya turut membekalkan

FAMA Food Processing Centre (PMMF) Puchong Jaya plays a role in strengthening the agri-food value chain, with total production reaching up to 10 metric tonnes, valued at RM336,000.00. PMMF Puchong Jaya also supplies roasted Arabica coffee to local entrepreneurs

kopi panggang Arabica kepada usahawan tempatan dengan harga yang kompetitif sekaligus membantu mengurangkan kos operasi dan menawarkan pilihan minuman mampu milik kepada pengguna seiring dengan intervensi FAMA untuk meringankan kos sara hidup rakyat.

at competitive prices, thereby helping to reduce operating costs and offering affordable beverages to consumers, in line with FAMA's intervention to ease the cost of living for the people.

Selain itu, PMMF Puchong Jaya berperanan sebagai pusat pembangunan bakat baharu industri kopi melalui kursus dan latihan Barista kepada individu yang berminat menceburi bidang ini secara profesional. Langkah ini dilihat sebagai langkah jangka panjang dalam melahirkan tenaga kerja berkemahiran dalam sektor gaya hidup berasaskan agromakanan.

In addition, PMMF Puchong Jaya serves as a talent development centre for the coffee industry through barista courses and training for individuals interested in pursuing this field professionally. This initiative is viewed as a long-term effort to produce a skilled workforce in the agri-food-based lifestyle sector.

Bagi memenuhi permintaan pasaran PMMF Puchong Jaya turut memperkenalkan Stock Keeping Unit (SKU) baharu pada tahun 2024, iaitu **Kopiesatu Roasted Coffee (Houseblend) 500gm**, **Kopiesatu Latte 3 in 1 (kotak), Kopiesatu Habbatus Sauda 3 in 1 (kotak)**, sekali gus memperluaskan rangkaian produk tempatan berdaya saing tinggi.

To meet market demand, PMMF Puchong Jaya also introduced new Stock Keeping Units (SKUs) in 2024, namely ***Kopiesatu Roasted Coffee (Houseblend) 500g, Kopiesatu Latte 3 in 1 (box), and Kopiesatu Habbatus Sauda 3 in 1 (box)****, thereby expanding the range of highly competitive local products.*



▸ Kopiesatu Latte 3 in 1 (kotak) dan Kopiesatu Habbatus Sauda 3 in 1 (kotak) merupakan Produk Baharu Kopiesatu Tahun 2024
Kopiesatu Latte 3 in 1 (box) and Kopiesatu Habbatus Sauda 3 in 1 (box) are new Kopiesatu products introduced in 2024

PENDIGITALAN PEMASARAN AGROMAKANAN
DIGITALISATION OF AGRI-FOOD MARKETING

FAMA memperkukuh penggunaan saluran digital bagi meningkatkan keberkesanan pemasaran produk agromakanan melalui pemerkasaan Agrobazaar Online (ABO) dan platform digital lain. Inisiatif ini membantu usahawan mempromosikan produk dengan kos lebih rendah serta meluaskan capaian pasaran, di samping memberi manfaat kepada pengguna melalui tawaran harga yang lebih kompetitif.

Selain pemasaran dalam talian, FAMA memanfaatkan FAMA Edu Channel (FEC) dan FAMA TV sebagai medium perkongsian ilmu dan promosi. Pengenalan e-Pasar Tani turut menyokong urusan jual beli secara digital yang lebih mudah dan efisien.

Bagi menyokong keputusan berasaskan data, FAMA membangunkan Dashboard Surveillance and Intervention for Supply-Demand of Agrofood (SISDA), Dashboard Harga dan Dashboard Margin Pemasaran, selain melaksanakan inisiatif Digifood melalui iFAMA dan FAMA Data Warehouse (FDW) untuk memperkemas transaksi serta pengurusan pemasaran secara digital.

Dalam tempoh 5 tahun akan datang, FAMA merancang untuk memperluas integrasi teknologi baharu seperti Kecerdasan Buatan (AI) dan Analitik Data Raya (Big Data) dalam platform e-dagang bagi meningkatkan kecekapan pemasaran dan pengalaman pengguna. Di samping itu, program pemerkasaan kapasiti usahawan digital akan terus dipergiat dengan kerjasama strategik pelbagai pihak. Melalui langkah-langkah ini, FAMA dapat memperkukuh ekosistem pemasaran agromakanan negara yang lebih mampan, berdaya saing dan inklusif.

FAMA is strengthening the use of digital channels to enhance the effectiveness of marketing agrofood products through the empowerment of Agrobazaar Online (ABO) and other digital platforms. This initiative helps entrepreneurs promote their products at lower costs and expand market reach, while also benefiting consumers through more competitive pricing.

In addition to online marketing, FAMA leverages the FAMA Edu Channel (FEC) and FAMA TV as mediums for knowledge sharing and promotion. The introduction of e-Pasar Tani also supports easier and more efficient digital buying and selling transactions.

To support data-driven decision-making, FAMA has developed the Surveillance and Intervention for Supply-Demand of Agrofood (SISDA) Dashboard, Price Dashboard, and Marketing Margin Dashboard, in addition to implementing Digifood initiatives through iFAMA and the FAMA Data Warehouse (FDW) to streamline transactions and digital marketing management.

Over the next five years, FAMA plans to expand the integration of new technologies such as Artificial Intelligence (AI) and Big Data analytics in e-commerce platforms to improve marketing efficiency and user experience. In addition, digital entrepreneur capacity-building programs will continue to be intensified through strategic collaborations with various partners. Through these measures, FAMA aims to strengthen a more sustainable, competitive, and inclusive national agrofood marketing ecosystem.

AGROBAZAAR ONLINE (ABO)

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, FAMA mengambil langkah untuk memperluas digitalisasi dalam strategi pemasaran melalui Agrobazaar Online (ABO) bagi mencapai objektif berikut:

- Memperkenalkan dan mewujudkan rantaian pasaran produk agromakanan melalui portal edagang.
- Meningkatkan pengetahuan dan kemahiran usahawan melalui kursus serta latihan yang dirangka.
- Menyediakan bantuan promosi untuk meningkatkan trafik pengguna dan potensi jualan usahawan.

AGROBAZAAR ONLINE (ABO)

In the rapidly evolving digital era, FAMA has taken steps to expand digitalization in its marketing strategy through Agrobazaar Online (ABO) to achieve the following objectives:

- *Introduce and establish market chains for agrofood products through the e-commerce portal.*
- *Enhance entrepreneurs' knowledge and skills through structured courses and training programs.*
- *Provide promotional support to increase user traffic and entrepreneurs' sales potential.*

Pencapaian Agrobazaar Online (ABO) pada Tahun 2024 berbanding 2023

Prestasi pendigitalan Agrobazaar Online (ABO) pada tahun 2024 memperlihatkan peralihan strategik ke arah pelaksanaan inisiatif yang lebih bersasar dan berimpak tinggi walaupun bilangan program kolaborasi dan engagement usahawan berkurang dengan ketara daripada 194 program pada tahun 2023 kepada 68 program pada tahun 2024. Pendekatan ini berjaya meningkatkan keberkesanan intervensi yang dilaksanakan dengan dibuktikan melalui peningkatan penjanaan baucar digital sebanyak 27.5 peratus, iaitu daripada 72,160 kepada 92,029 baucar yang terus merangsang aktiviti pembelian dalam talian serta memperkukuh daya tarikan platform kepada pengguna.

Dari perspektif prestasi digital, corak interaksi pengguna menunjukkan dinamik yang lebih berkualiti apabila trafik pengguna meningkat secara signifikan sebanyak 43.4 peratus, daripada 321,569 kepada 461,248 sesi. Peningkatan ini mencerminkan keberkesanan strategi promosi digital dalam menarik lebih ramai pengguna baharu ke platform ABO. Walau bagaimanapun, *metrik pageview* dan *engagement* pengguna mencatatkan sedikit penurunan masing-masing daripada 1.7 juta kepada 1.6 juta dan daripada 1.4 juta kepada 1.3 juta, yang menunjukkan perubahan corak penggunaan kepada akses yang lebih bersasar dan efisien.

Struktur ekosistem usahawan turut mengalami rasionalisasi apabila bilangan usahawan berdaftar menurun daripada 2,052 kepada 1,380 orang, manakala bilangan SKU produk berdaftar berkurang daripada 7,780 kepada 5,047. Namun demikian, keadaan ini tidak menjejaskan prestasi jualan yang mencatatkan peningkatan yang memberangsangkan sebanyak 45.51 peratus, iaitu daripada RM2.441 juta pada tahun 2023 kepada RM3.552 juta pada tahun 2024. Ini menggambarkan peningkatan produktiviti dan kecekapan dalam kalangan usahawan sedia ada di samping keberkesanan strategi pemfokusan kepada usahawan aktif dan berprestasi tinggi.

Selain itu, tahap penerimaan pengguna terhadap platform ABO terus meningkat, ditunjukkan melalui pertambahan bilangan pengguna berdaftar sebanyak 18.1 peratus daripada 18,565 kepada 21,926 pengguna. Walaupun pelaksanaan kursus pendigitalan usahawan menurun daripada 171 kepada 100 kursus dengan jumlah peserta berkurang daripada 5,664 pada tahun 2023 kepada 4,952 orang pada tahun 2024, impak latihan

Performance of Agrobazaar Online (ABO) in 2024 Compared to 2023

The digitalisation performance of Agrobazaar Online (ABO) in 2024 reflects a strategic shift towards the implementation of more targeted and high-impact initiatives, despite a notable reduction in the number of collaborative programmes and entrepreneur engagement activities, which declined from 194 programmes in 2023 to 68 programmes in 2024. This approach has enhanced the effectiveness of the interventions undertaken, as evidenced by a 27.5 percent increase in digital voucher generation, rising from 72,160 to 92,029 vouchers. This growth has continued to stimulate online purchasing activities while strengthening the platform's appeal to users.

From a digital performance perspective, user interaction patterns indicate improved quality dynamics, with user traffic increasing significantly by 43.4 percent, from 321,569 to 461,248 sessions. This growth reflects the effectiveness of digital promotional strategies in attracting a larger number of new users to the ABO platform. However, pageview and user engagement metrics recorded slight declines, from 1.7 million to 1.6 million and from 1.4 million to 1.3 million respectively, suggesting a shift in user behaviour towards more targeted and efficient access.

The structure of the entrepreneurial ecosystem also underwent rationalisation, with the number of registered entrepreneurs decreasing from 2,052 to 1,380, while the number of registered product SKUs declined from 7,780 to 5,047. Nevertheless, this did not adversely affect sales performance, which recorded a commendable increase of 45.51 percent, rising from RM2.441 million in 2023 to RM3.552 million in 2024. This demonstrates enhanced productivity and efficiency among existing entrepreneurs, alongside the effectiveness of a strategic focus on active and high-performing participants.

In addition, user acceptance of the ABO platform continued to improve, as reflected by an 18.1 percent increase in registered users, from 18,565 to 21,926. Although the number of digitalisation training courses for entrepreneurs declined from 171 to 100, with participant numbers decreasing from 5,664 in 2023 to 4,952 in 2024, the impact of these programmes remained significant in strengthening entrepreneurs' digital competencies and

yang dilaksanakan kekal signifikan dalam memperkukuh kompetensi digital usahawan serta menyokong peningkatan prestasi jualan secara keseluruhan. Pencapaian ini menunjukkan keberkesanan pendigitalan pemasaran agromakanan melalui platform ABO seperti yang diperincikan dalam **Jadual 19** dan **Jadual 20**.

*supporting overall sales growth. These achievements underscore the effectiveness of agri-food marketing digitalisation through the ABO platform, as detailed in **Table 19** and **Table 20**.*

Jadual 19. Inisiatif Pendigitalan dan Prestasi Analitik Portal Agrobazaar Online bagi Tahun 2023 dan 2024
***Table 19:** Digitalisation Initiatives and Analytics Performance of Agrobazaar Online Portal for Year 2023 and 2024*

TAHUN *YEAR*	INISIATIF PENDIGITALAN MELALUI PORTAL AGROBAZAAR ONLINE *DIGITALISATION INITIATIVES THROUGH AGROBAZAAR ONLINE PORTAL*		PRESTASI ANALITIK PORTAL AGROBAZAAR ONLINE *AGROBAZAAR ONLINE PORTAL ANALYTICS PERFORMANCE*		
	BILANGAN PROGRAM KOLABORASI DAN ENGAGEMENT *NUMBER OF COLLABORATION AND ENGAGEMENT PROGRAMMES*	KUANTITI BAUCAR DIJANA *NUMBER OF VOUCHERS GENERATED*	PAGEVIEW (JUTA) *PAGEVIEWS (MILLION)*	ENGAGEMENT PENGGUNA (JUTA) *USER ENGAGEMENT (MILLION)*	TRAFIK PENGGUNA (SESI) *USER TRAFFIC (SESSIONS)*
2023	194	72,160	1.7	1.4	321,569
2024	68	92,029	1.6	1.3	461,248

Jadual 20. Prestasi Portal Agrobazaar Online dan Pelaksanaan Kursus Pendigitalan Usahawan bagi Tahun 2023 dan 2024
***Table 20:** Agrobazaar Online Portal Performance and Implementation of Entrepreneur Digitalisation Courses for Year 2023 and 2024*

TAHUN *YEAR*	PRESTASI PORTAL AGROBAZAAR ONLINE *AGROBAZAAR ONLINE PORTAL PERFORMANCE*				KURSUS PENDIGITALAN USAHAWAN *ENTREPRENEUR DIGITALISATION COURSES*	
	BILANGAN PEKEDAI/ USAHAWAN BERDAFTAR *NUMBER OF REGISTERED RETAILERS / ENTREPRENEURS*	BILANGAN PENGGUNA BERDAFTAR *NUMBER OF REGISTERED USERS*	BILANGAN SKU PRODUK BERDAFTAR *NUMBER OF REGISTERED PRODUCT SKU*	NILAI TRANSAKSI KESELURUHAN (RM/Juta) *TOTAL TRANSACTION VALUE (RM MILLION)*	BILANGAN KURSUS *NUMBER OF COURSES*	BILANGAN PESERTA KURSUS *NUMBER OF COURSE PARTICIPANTS*
2023	2,052	18,565	7,780	2.441	171	5,664
2024	**1,380**	**21,926**	**5,047**	**3.552**	**100**	**4,952**

Cabaran dan Penyelesaian – Portal Agrobazaar Online (ABO)

Dalam usaha memperkasa pendigitalan pemasaran agromakanan melalui Portal Agrobazaar Online (ABO), FAMA turut berhadapan dengan pelbagai cabaran, sehubungan itu pendekatan strategik serta bersasar telah dilaksanakan bagi menangani setiap cabaran bagi memastikan kelangsungan dan keberkesanan ekosistem pemasaran digital FAMA seperti di **Jadual 21**.

Project Outcomes and Impact – Challenges and Mitigation Measures – Agrobazaar Online (ABO) Portal

*In advancing the digitalisation of agri-food marketing through the Agrobazaar Online (ABO) Portal, FAMA has encountered various challenges. In response, a series of targeted and strategic approaches have been implemented to address these issues, ensuring the sustainability and effectiveness of FAMA's digital marketing ecosystem, as outlined in **Table 21**.*

Jadual 21. Cabaran dan Penyelesaian Portal Agrobazaar Online (ABO)
Table 21: *Challenges and Mitigation Measures – Agrobazaar Online (ABO) Portal*

CABARAN / *CHALLENGES*	PENYELESAIAN / *SOLUTIONS*
Tahap celik IT dalam kalangan usahawan Agromakanan masih ditahap rendah */ The level of IT literacy among agrofood entrepreneurs still low*	Pelaksanaan latihan hands-on bagi penggunaan Portal Agrobazaar Online dan pendaftaran pekedai / *Implementation of hands-on training for using the Agrobazaar Online Portal and shopkeeper registration*
Kekangan capaian internet terutamanya di kawasan luar bandar / *Limited internet access, especially in rural areas*	Melaksanakan kerjasama strategik bersama agensi awam seperti Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) dan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC) bagi penggunaan bilik latihan dengan keupayaan internet di makmal komputer IPTA serta Pusat Sebaran Maklumat Nasional (NADI) seluruh negara / *To implement strategic collaboration with public agencies such as Public Institutions of Higher Learning (IPTAs) and the Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC) for the use of training facilities with internet-enabled computer laboratories at IPTAs, as well as National Information Dissemination Centres (NADI) nationwide.*
Penawaran harga kompetitif kepada pengguna melalui Portal Agrobazaar Online bagi mengurangkan kos sara hidup / *Offering competitive prices to consumers through the Agrobazaar Online Portal to help reduce the cost of living*	Melaksanakan jualan promosi serta penggunaan e-baucer bagi mengurangkan kos pembelian pengguna dan menggalakkan pembelian secara online / *Conducting promotional sales and using e-vouchers to reduce consumers' purchase costs and encourage online purchases*
Kekangan logistik dan penghantaran barangan segar ke kawasan pelanggan dengan kos berpatutan *Logistical and delivery constraints in transporting fresh goods to customer areas at affordable costs*	FAMA telah melaksanakan pendekatan bersasar dengan menganjurkan sesi latihan bersemuka (hands-on) dan mentor-mentee, serta membangunkan modul e-pembelajaran yang mudah difahami. / *FAMA has implemented a targeted approach by organizing face-to-face (hands-on) training sessions and mentor-mentee programmes, as well as developing user-friendly e-learning modules*
Persaingan dengan platform e-dagang komersial yang lebih besar dari segi capaian dan pemasaran. *Competition with larger commercial e-commerce platforms in terms of reach and marketing*	FAMA menggiatkan promosi secara digital dan konvensional, serta melaksanakan kempen harga menarik menggunakan e-baucar di Portal Agrobazaar Online untuk menarik dan mengekalkan pelanggan./ *FAMA intensifies promotion through both digital and conventional channels and conducts attractive pricing campaigns using e-vouchers on the Agrobazaar Online Portal to attract and retain customers*
Kekangan logistik dan penghantaran barangan segar ke kawasan pelanggan dengan kos berpatutan. *Logistical and delivery constraints in supplying fresh goods to customer areas at affordable costs*	Menjalin kerjasama dengan syarikat kurier dan logistik tempatan, termasuk penyediaan insentif penghantaran dan mengoptimumkan penggunaan hab pengumpulan (collection centers) FAMA. / *Establishing partnerships with local courier and logistics companies, including providing delivery incentives and optimizing the use of FAMA collection centers*
Ketidaktentuan trend pasaran dan perubahan tingkah laku pengguna yang dinamik. *Uncertainty in market trends and the dynamic changes in consumer behavior*	Penggunaan analitik data daripada *Google Analytics* (GA4) untuk memahami corak belian dan menyesuaikan tawaran produk serta promosi secara lebih proaktif. / *Utilizing data analytics from Google Analytics (GA4) to understand purchasing patterns and proactively adjust product offerings and promotions*

Outcome dan Impak Projek Agrobazaar Online (ABO)

Berikut adalah manfaat yang diperoleh oleh kumpulan sasar dan kerajaan menerusi penggunaan portal ABO seperti di **Rajah 34.**

Outcomes and Impact Agrobazaar Online (ABO) Project

*The following are the benefits gained by target groups and the government through the use of the ABO portal, as shown in **Figure 34**.*

Rajah 34. Manfaat Portal ABO
***Figure 34.** Benefits of ABO Portal*

KUMPULAN SASAR
TARGET GROUP

- Peningkatan nilai jualan usahawan aktif sebanyak 46 peratus berbanding tahun sebelumnya / *Increase in sales value among active entrepreneurs by 46 percent compared to the previous year*
- Peningkatan pendaftaran pengguna di portal Agrobazaar Online sebanyak 18 peratus berbanding tahun sebelumnya *Increased user registrations on the Agrobazaar Online portal by 18 percent compared to the previous year*
- Penjimatan sebanyak 33 peratus melalui penggunaan e-baucer Portal Agrobazaar Online sepanjang 2024 / *Savings of 33 percent through the use of e-vouchers on the Agrobazaar Online Portal throughout 2024*

PELABURAN KERAJAAN
GOVERNMENT INVESTMENT

- Pelaburan Kerajaan 2024: RM1.870 juta *Government Investment 2024: RM1.870 million*
- Nilai Jualan ABO: RM3.552 juta *ABO Sales Value: RM3.552 million*
- Kadar Pulangan Pelaburan: RM1.90 *Return on Investment: RM1.90*

FAMA EDUCATION CHANNEL (FEC)

Video Pendidikan FAMA atau dikenali *FAMA Education Channel (FEC)* ialah salah satu kaedah sebaran bahan pendidikan digital bagi menyampaikan maklumat kepada kumpulan sasar dengan lebih berkesan, mudah dan cepat. Pada tahun 2023 sebanyak 14 video telah diterbitkan. Pada tahun 2024, FEC telah menerbitkan sebanyak 10 buah video daripada pelbagai komoditi sayur dan buah yang terpilih seperti Markisa, Cili Merah, Pitaya, Lengkuas, Cendawan, Pomelo, Kacang Bulu, Jagung, Pisang dan Rosel seperti di **Jadual 22.**

FAMA EDUCATION CHANNEL (FEC)

*FAMA Educational Videos, also known as the FAMA Education Channel (FEC), is a digital educational content dissemination method designed to deliver information to target groups more effectively, easily, and quickly. In 2023, a total of 14 videos were produced. In 2024, FEC published 10 videos featuring various selected vegetable and fruit commodities such as Passion Fruit, Red Chili, Pitaya, Galangal, Mushroom, Pomelo, Edameme Bean, Corn, Banana, and Roselle, as shown in **Table 22**.*



Jadual 22. Pencapaian FEC bagi Tahun 2024
Table 22. *FEC Achievement Year 2024*

BIL *NO.*	NEGERI *STATES*	TAJUK VIDEO *VIDEO TITLE*
1.	Perlis	Perbezaan Pisang Berangan, Pisang Emas dan Pisang Awak *Differences Between Berangan Banana, Emas Banana and Awak Banana*
2.	Kedah	Cili Merah Kulai Tempatan dan Cili Merah Minyak Import *Local Kulai Red Chilli and Imported Oil Red Chilli*
3.	Perak	Perbezaan Jagung Manis, Jagung Susu dan Jagung Mutiara *Differences Between Sweet Corn, Milk Corn and Pearl Corn*
4.	Selangor	Keunikan dan Potensi Buah Pitaya *Pitaya Fruit Uniqueness and Potential*
5.	Melaka	Dua (2) Jenis Kerosakan dan Sebab Berlaku pada Cendawan *Two (2) Types of Damage and Its Causes in Mushrooms*
6.	Terengganu	Keperluan Minimum Pemasaran Markisa *Minimum Marketing Requirements for Passion Fruit*
7.		Penggredan Lengkuas Untuk Pemasaran *Grading of Galangal for Marketing*
8.		Kacang Bulu Sumber Protein Baharu *Edameme as a New Source of Protein*
9.	Pahang	Keperluan Minimum Bagi Pemasaran Rosel *Minimum Requirements for Roselle Marketing*
10.	Sabah	Pengendalian Pemasaran Pomelo Sabah ke Semenanjung *Marketing Handling of Sabah Pomelo to Peninsular Malaysia*

Penghasilan video pendidikan ini untuk menarik minat golongan muda menceburi bidang pertanian melalui penyampaian maklumat secara lebih mudah difahami, visual yang menarik, serta naratif yang tersusun.

The production of this educational video aims to attract youth interest in pursuing careers in agriculture by delivering information in a clearer and more easily understood manner, supported by engaging visuals and a well-structured narrative.





▸ Penggambaran video yang bertajuk "Keperluan Minimum bagi Pemasaran Rosel" di Pahang
Filming of the video entitled "Minimum Requirements for Roselle Marketing" in Pahang

FAMATV

FAMATV berperanan menjalankan liputan dalam bentuk fotografi dan videografi bagi program, aktiviti dan majlis rasmi anjuran FAMA, agensi-agensi dan kementerian bagi kandungan pelbagai platform media sosial rasmi FAMA. FAMA TV turut membuat fotografi Pengurusan Tertinggi dan Ahli Lembaga Pengarah FAMA serta mereka bentuk grafik backdrop, e-kad dan poster untuk kegunaan majlis/program rasmi FAMA selain menjalankan penggambaran podcast berkaitan isu-isu semasa dan peranan FAMA. FAMATV juga menyediakan sarikata bagi video FAMA Educational Channel (FEC) dan mengemaskini kandungan di dalam FAMATV Youtube Channel.

FAMATV

FAMATV is responsible for conducting photography and videography coverage of programmes, activities, and official events organised by FAMA, related agencies, and ministries, for content across FAMA's official social media platforms. FAMATV also undertakes photography of FAMA's Top Management and Board of Directors, and designs graphic materials such as backdrops, e-cards, and posters for official events and programmes. In addition, FAMATV produces podcast recordings addressing current issues and FAMA's roles and functions. FAMATV also provides subtitles for videos under the FAMA Educational Channel (FEC) and updates content on the FAMATV YouTube Channel.





PROMOSI DIGITAL – KEMPEN GALAKAN PASARAN

Pelaksanaan kempen galakan penggunaan hasil pertanian penting diadakan secara berterusan bagi meningkatkan permintaan pasaran tempatan dan pendapatan usahawan. Kaedah promosi yang dilaksanakan ialah melalui pengiklanan di media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, Youtube dan platform e dagang. Pengiklanan di media massa seperti televisyen, radio dan surat khabar serta demonstrasi masakan dan uji rasa dengan kerjasama chef selebriti, blogger atau pempengaruh (influencer) turut dijalankan.

Pemasaran digital juga dilihat memainkan peranan penting dalam meningkatkan pasaran produk tempatan dengan lebih luas, interaktif dan menarik terus kepada pengguna.

DIGITAL PROMOTION – MARKET EXPANSION CAMPAIGN

The implementation of campaigns to promote the use of agricultural produce is essential to be carried out continuously in order to increase local market demand and the income of entrepreneurs. Promotional methods are conducted through advertising on social media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, and e-commerce platforms. Advertising via mass media, including television, radio, and newspapers, as well as cooking demonstrations and product tasting sessions, are also carried out. Collaboration with celebrity chefs, bloggers, and influencers is also undertaken.

Digital marketing also plays an important role in expanding the market for local products in a wider, more interactive, and engaging manner directly to consumers.

e-PASAR TANI

FAMA terus komited mengukuhkan platform digital seperti Sistem e-Pasar Tani (i-Pemasar) yang kini digunakan secara meluas bagi pengurusan operasi pasar tani merangkumi permohonan penyertaan, pemantauan prestasi, kutipan data jualan serta integrasi transaksi tanpa tunai. Inisiatif ini bukan sahaja meningkatkan kecekapan sistem pengurusan tetapi turut memberi manfaat kepada usahawan dari segi pendedahan kepada teknologi, keupayaan membuat keputusan berasaskan data dan akses pasaran yang lebih meluas.

FAMA memperluaskan platform pemasaran melalui kerjasama strategik bersama pihak swasta seperti GRAB Mart. Sebanyak 21 lokasi Pasar Tani telah disenaraikan di dalam aplikasi tersebut. Sepanjang tahun pertama pelaksanaan, nilai jualan atas talian mencatatkan hampir RM700,000, membuktikan Pasar Tani kini mampu berkembang dalam ekosistem maya dan menyahut seruan pendigitalan sektor agromakanan negara. Kerjasama ini akan terus diperkasa dan diperluaskan ke lebih banyak lokasi Pasar Tani agar lebih ramai usahawan dapat memanfaatkan potensi pasaran atas talian yang semakin berkembang.

e-PASAR TANI

FAMA remains committed to strengthening digital platforms such as the e-Pasar Tani System (i-Pemasar), which is now widely used in the management of farmers' market operations. The system covers participation applications, performance monitoring, sales data collection, and the integration of cashless transactions. This initiative not only enhances the efficiency of management systems but also benefits entrepreneurs in terms of exposure to technology, data-driven decision-making capabilities, and wider market access.

FAMA is also expanding its marketing platforms through strategic collaborations with private sector partners such as GRAB Mart. A total of 21 Pasar Tani locations have been listed in the application. During the first year of implementation, online sales value recorded nearly RM700,000, demonstrating that Pasar Tani is now able to expand within the virtual ecosystem and respond to the call for digitalisation of the national agri-food sector. This collaboration will continue to be strengthened and expanded to more Pasar Tani locations so that more entrepreneurs can benefit from the growing potential of the online market.



▸ Pengenalan projek kerjasama bersama Grab Mart kepada Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM), Yang Berhormat Datuk Seri Mohamad bin Sabu. / *Introduction of the collaborative project with Grab Mart to the Minister of Agriculture and Food Security (KPKM), Yang Berhormat Datuk Seri Mohamad bin Sabu.*

TRANSFORMASI DIGITAL: *'GO CASHLESS'* PASAR TANI KEKAL

Program PTK Go Cashless merupakan kerjasama strategik antara Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) dan Payments Network Malaysia Sdn. Bhd. (PayNet) diteruskan sehingga tahun 2024 di empat lokasi terpilih iaitu PTK Puchong, PTK Seberang Jaya, PTK Kuala Kangsar dan PTK Changlun. Program ini bertujuan menggalakkan penggunaan transaksi tanpa tunai di kalangan pengunjung dan usahawan, serta menyokong gaya hidup digital yang lebih selamat dan efisien.

SISTEM PENSIJILAN MALAYSIA'S BEST

Malaysia's Best bertujuan untuk memperkenalkan buah-buahan tempatan yang berkualiti dan diperaku telah melalui proses pemilihan yang teliti daripada peringkat pemilihan biji benih sehingga dipasarkan menepati standard yang ditetapkan oleh Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan. Permohonan baharu dan pembaharuan pensijilan Malaysia's Best adalah secara dalam talian sepenuhnya di pautan microsite Malaysia's Best dan melalui audit pemeriksaan Pematuhan Peraturan 3P (Pengredan, Pembungkusan dan Pelabelan) atau GPL.

DIGITAL TRANSFORMATION: 'GO CASHLESS' PERMANENT PASAR TANI

The PTK Go Cashless Programme is a strategic collaboration between the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) and Payments Network Malaysia Sdn. Bhd. (PayNet), which has been extended until 2024 at four selected locations, namely PTK Puchong, PTK Seberang Jaya, PTK Kuala Kangsar and PTK Changlun. This programme aims to encourage the use of cashless transactions among visitors and entrepreneurs, as well as to support a safer and more efficient digital lifestyle.

MALAYSIA'S BEST CERTIFICATION SYSTEM

Malaysia's Best aims to promote high-quality local fruits that have been certified through a rigorous selection process, from seed selection to marketing, in accordance with the standards set by the Ministry of Agriculture and Food Security. New applications and renewals for Malaysia's Best certification are conducted entirely online via the Malaysia's Best microsite, supported by compliance audits based on the 3P Regulations (Grading, Packaging, and Labelling) or GPL.



▸ Produk Hasil Pertanian yang Menepati Standard Malaysia's Best
Agricultural Produce that Meets Malaysia's Best Standards

PLATFORM PENYEBARAN MAKLUMAT PASARAN

FAMA memainkan peranan penting dalam memperkukuh keupayaan usahawan dan pengeluar melalui penyediaan maklumat pasaran untuk membantu pemain industri termasuk pengeluar, peruncit, pemborong dan pengguna dalam membuat keputusan

MARKET INFORMATION DISSEMINATION PLATFORM

FAMA plays a vital role in strengthening the capabilities of entrepreneurs and producers by providing market information to assist industry players, including producers, retailers, wholesalers, and consumers, in making more accurate, strategic, and cost-effective

yang lebih tepat, berstrategi dan menjimatkan. Usaha ini menyumbang kepada kestabilan harga, keseimbangan penawaran dan permintaan, serta mengurangkan ketidaktentuan pasaran yang boleh memberi kesan kepada kos sara hidup rakyat.

Bagi memperkukuh fungsi penyampaian maklumat pasaran serta membantu pengeluar membuat keputusan yang lebih berasaskan data, FAMA telah membangunkan beberapa *dashboard* yang bertindak sebagai alat sokongan utama bagi pengeluar, pengusaha dan pihak berkepentingan dalam merancang strategi pengeluaran, penentuan harga dan pasaran dengan lebih sistematik dan tepat.

Dashboard SISDA

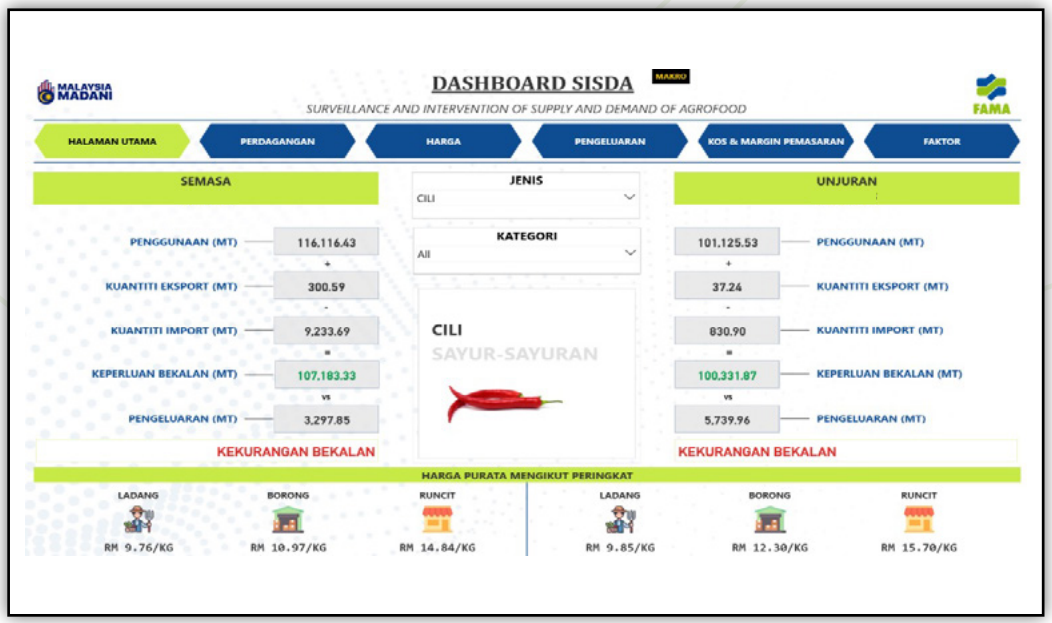
Dashboard SISDA, iaitu Program Pengawasan serta Intervensi Bekalan dan Pemasaran Agromakanan merupakan inisiatif digital yang berperanan dalam memperkukuh sistem makanan negara melalui pemantauan menyeluruh terhadap pasaran agromakanan. Dashboard ini menghimpunkan data harga dan bekalan bagi 32 produk utama dan menggunakan teknologi *machine learning* untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kestabilan pasaran. Data yang dikumpul merangkumi sumber berstruktur dan tidak berstruktur daripada pelbagai lokasi serta saluran, yang kemudiannya diproses untuk menghasilkan unjuran serta panduan intervensi awal sekiranya berlaku gangguan bekalan. Melalui SISDA, tindakan pencegahan dapat diambil lebih awal bagi mengurangkan impak terhadap bekalan di pasaran.

decisions. This effort contributes to price stability, a balance between supply and demand, and reduces market uncertainties that could impact the cost of living.

To strengthen market information dissemination and support producers in making more data-driven decisions, FAMA has developed several dashboards that serve as key support tools for producers, entrepreneurs, and stakeholders in planning production strategies, pricing decisions, and market planning in a more systematic and accurate manner.

SISDA Dashboard

The SISDA Dashboard, which is a Surveillance and Intervention for Supply-Demand of Agrofood program, is a digital initiative that strengthens the national food system through comprehensive monitoring of the agrofood market. This dashboard consolidates price and supply data for 32 key products and leverages machine learning technology to analyze factors affecting market stability. The data collected includes both structured and unstructured sources from various locations and channels, which are then processed to generate forecasts and early intervention guidelines in the event of supply disruptions. Through SISDA, preventive actions can be taken in advance to minimize the impact on market supply.

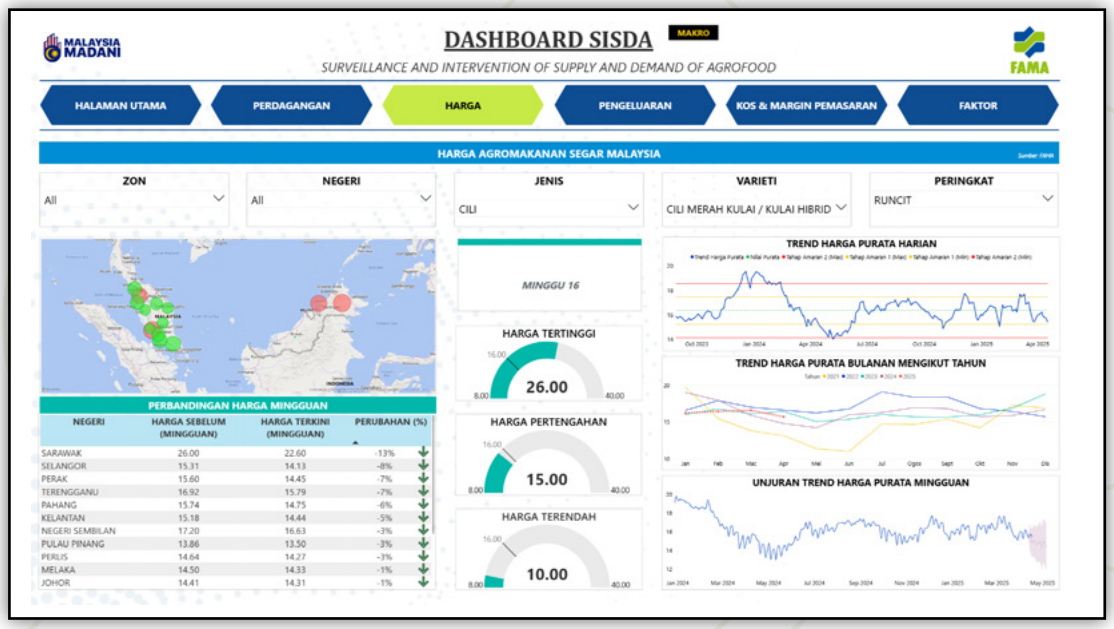


Dashboard Harga

Dashboard Harga memainkan peranan utama dalam menyediakan data harga semasa yang dikumpul secara berterusan di peringkat ladang, borong dan runcit di seluruh negara. Dashboard ini membolehkan pengguna membuat perbandingan harga mengikut lokasi dan masa serta mengenal pasti trend harga semasa. Ciri istimewa dashboard ini ialah sistem amaran awal (*early warning system*) yang memberi notifikasi tentang kenaikan atau penurunan harga mendadak bagi komoditi tertentu.

Price Dashboard

The Price Dashboard plays a key role in providing up-to-date price data collected continuously at the farm, wholesale, and retail levels across the country. This dashboard allows users to compare prices by location and time, as well as identify current price trends. A notable feature of the dashboard is its early warning system, which notifies users of sudden price increases or decreases for specific commodities. This enables entrepreneurs to plan their marketing and sales strategies more effectively, while consumers can make more informed purchasing decisions.



Dashboard Margin Pemasaran

Dashboard Margin Pemasaran merupakan salah satu modul utama yang dibangunkan oleh FAMA untuk membantu pengeluar dan usahawan menilai struktur kos dan kecekapan operasi mereka secara menyeluruh. Dashboard ini memberi tumpuan kepada analisis terperinci kos pengeluaran dan pengiraan margin keuntungan berdasarkan komoditi yang dipilih serta lokasi pengeluaran.

Antara ciri utama dashboard ini ialah kalkulator margin pemasaran, yang membolehkan pengguna membuat simulasi harga jualan dengan mengambil kira pelbagai komponen kos. Komponen yang dianalisis termasuklah kos bahan input, kos tenaga kerja, kos pembangunan, kos luar jangka dan pelbagai kos. Dengan maklumat ini, usahawan boleh mengira margin keuntungan sebenar yang dijana pada setiap peringkat rantaian nilai.

Marketing Margin Dashboard

The Marketing Margin Dashboard *is one of FAMA's key modules developed to help producers and entrepreneurs assess their cost structures and operational efficiency comprehensively. This dashboard focuses on detailed analysis of production costs and calculation of profit margins based on selected commodities and production locations.*

A key feature of the dashboard is the marketing margin calculator, which allows users to simulate selling prices while accounting for various cost components. These components include input costs, labor costs, development costs, unforeseen expenses, and other miscellaneous costs. With this information, entrepreneurs can calculate the actual profit margins generated at each stage of the value chain.

PERLUASAN CAPAIAN PERKHIDMATAN FAMA SECARA DIGITAL

Tahun 2024 merupakan tahun yang penting bagi Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) dalam melaksanakan pelbagai inisiatif digital sejajar dengan Pelan Strategik Transformasi Digital FAMA 2021-2025.

Pencapaian Utama ICT FAMA pada tahun 2024 merangkumi aspek seperti berikut:

a) Infrastruktur ICT
- Pusat Data FAMA telah dinaik taraf dengan kelengkapan fasiliti baharu yang lebih kondusif dan selesa.
- Perluasan Rangkaian Fiber di seluruh pejabat-pejabat FAMA termasuk di peringkat Daerah.

b) Transformasi Digital
- Pelaksanaan Sistem iFAMA dengan penciptaan modul baru dalam sistem iFAMA telah diperkenalkan, termasuk automasi pengurusan pasar tani dan sistem e-Pembayaran.
- Penggunaan Cloud Computing (AWS) di dalam pendigitalan FAMA melalui penyimpanan Data terpilih telah berjaya dimigrasi ke awan untuk meningkatkan fleksibiliti dan keselamatan data.

c) Pengurusan Data
- Pembangunan FAMA Data Warehouse (FDW) telah membolehkan data operasi dihimpunkan ke dalam satu platform analitik berpusat.
- Inisiatif Data-Driven Decision Making akan terus dilaksanakan di FAMA melalui Pemerkasaan analitik data yang menyokong keputusan operasi yang lebih pantas dan berasaskan data.

EXPANSION OF FAMA SERVICES THROUGH DIGITAL CHANNELS

The year 2024 marked an important period for the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) in implementing various digital initiatives in line with FAMA's Digital Transformation Strategic Plan 2021–2025.

Key achievements of FAMA's digitalisation initiatives in 2024 include the following aspects:

a) ICT Infrastructure
- *FAMA's Data Center was upgraded with new facilities that are more conducive and comfortable.*
- *Expansion of the fiber network across all FAMA offices, including at the district level.*

b) Digital Transformation
- *Implementation of the iFAMA System with the introduction of new modules, including automation for farmers' market management and e-Payment systems.*
- *Use of Cloud Computing (AWS) in FAMA's digitalization initiatives, with selected data successfully migrated to the cloud to enhance flexibility and data security.*

c) Data Management
- *Development of the FAMA Data Warehouse (FDW), which enables operational data to be consolidated into a centralized analytics platform.*
- *The Data-Driven Decision Making initiative will continue to be implemented at FAMA through the enhancement of data analytics, supporting faster and more data-driven operational decisions.*



PENAWARAN KHIDMAT AKSES PEMASARAN
PROVISION OF MARKETING ACCESS SERVICES

FAMA berperanan penting dalam memperkukuh rantaian pemasaran produk pertanian negara serta meningkatkan pendapatan pengeluar tempatan, khususnya usahawan tani dan perusahaan agromakanan. Seiring dengan keperluan semasa pasaran yang semakin kompetitif dan berorientasikan permintaan pengguna, akses pemasaran yang sistematik dan berkesan menjadi faktor utama kejayaan sesuatu produk.

Penawaran khidmat akses pemasaran ini dilaksanakan bagi menyokong inisiatif FAMA dalam memperluas saluran pemasaran, meningkatkan kebolehpasaran produk, serta memperkukuh daya saing pengeluar melalui pendekatan pemasaran yang strategik, bersepadu dan mampan. Menerusi program khidmat pemasaran ladang kontrak, khidmat pemasaran industri tanaman dan urus niaga serta pengeksportan dapat meningkatkan kebolehpasaran produk sekaligus merancakkan lagi sektor agromakanan negara.

FAMA plays a vital role in strengthening the nation's agricultural product marketing chain while enhancing the income of local producers, particularly agri-entrepreneurs and agrofood enterprises. In line with current market demands that are increasingly competitive and consumer-driven, systematic and effective marketing access has become a key factor in determining product success.

The provision of marketing access services is implemented to support FAMA's initiatives in expanding marketing channels, improving product marketability, and strengthening producers' competitiveness through strategic, integrated, and sustainable marketing approaches. Through the contract farming marketing service programme, marketing services for the crop industry, trade management, and export activities are able to enhance product marketability while further stimulating the national agrofood sector.

KHIDMAT PEMASARAN LADANG KONTRAK 2.0

Sepanjang pelaksanaan Rancangan Malaysia Kedua Belas (RMKe-12) bagi tempoh 2021 hingga 2025, pihak Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) telah memperkenalkan program Khidmat Pemasaran Ladang Kontrak 2.0 (KPLK 2.0) di mana program ini bertujuan untuk membantu para petani dalam menjamin pasaran hasil pertanian mereka. Di samping itu, program ini dilaksanakan untuk mengenal pasti dan melatih petani berpotensi sebagai usahawan pemasar setempat sekaligus memperkukuh peranan mereka dalam rantaian pemasaran dan meningkatkan keupayaan mereka untuk berdikari dan memasarkan hasil secara lebih berdaya saing (**Rajah 35** dan **Rajah 36**).

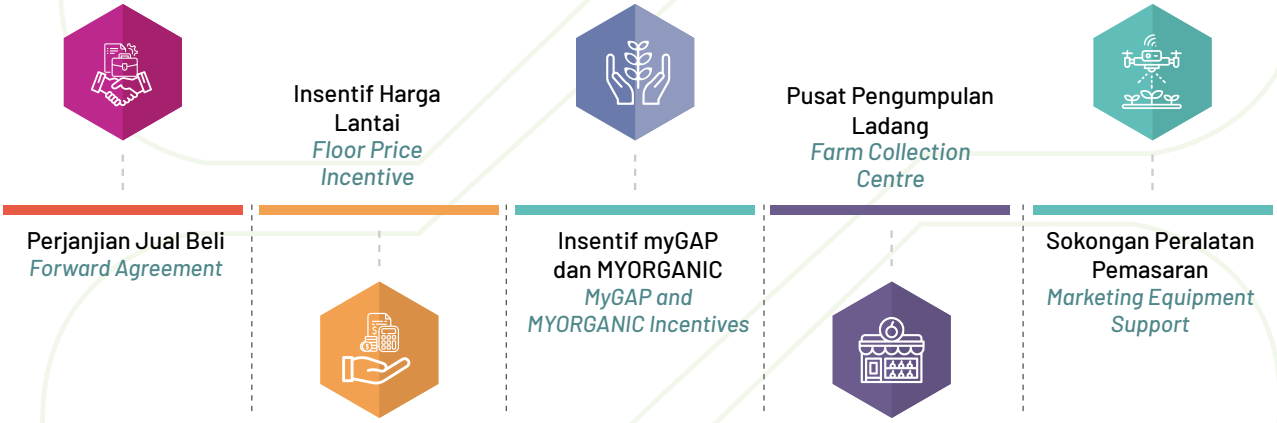
CONTRACT FARMING MARKETING SERVICES 2.0

Throughout the implementation of the Twelfth Malaysia Plan (RMKe-12) for the period 2021 to 2025, the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) introduced the Contract Farming Marketing Services 2.0 (KPLK 2.0) programme, which aims to assist farmers in securing market access for their agricultural produce. In addition, this programme is implemented to identify and train potential farmers as local marketing entrepreneurs, thereby strengthening their role in the marketing chain and enhancing their capability to become self-reliant and market their produce more competitively ***(Figure 35*** *and* ***Figure 36)****.*

Rajah 35. Manfaat Menyertai Program KPLK 2.0
Figure 35. *Benefits of Participating in the KPLK 2.0 Programme*



Rajah 36. Skop Program KPLK 2.0
Figure 36. *Scope KPLK 2.0 Programme*



Pencapaian KPLK 2.0

Pelaksanaan Program KPLK 2.0 telah menunjukkan perkembangan yang positif dalam usaha memperkukuh jaringan pemasaran antara petani dan pemasar. Saluran pemadanan pasaran merangkumi pelbagai bentuk perkhidmatan seperti perjanjian jual beli, pembelian terus oleh pemborong, peruncit, pengedaran hasil pertanian ke outlet-outlet peruncitan FAMA serta melalui penyenaraian dan penjualan melalui platform e-dagang, bagi memastikan kelangsungan pasaran dan pendapatan yang stabil kepada petani. Berikut adalah perbandingan Sasaran Kerja Tahunan (SKT) bagi dua tahun berturut-turut pencapaian FAMA di dalam program KPLK 2.0 seperti di **Rajah 37**.

KPLK 2.0 Achievements

The implementation of the KPLK 2.0 Programme has demonstrated positive progress in strengthening the marketing network between farmers and marketers. The market matching channel encompasses various forms of services such as sales and purchase agreements, direct purchases by wholesalers and retailers, distribution of agricultural produce to FAMA retail outlets, as well as listing and sales through e-commerce platforms, to ensure market sustainability and stable income for farmers. The following illustrates a comparison of the Annual Work Target (SKT) for two consecutive years of FAMA's achievements under the KPLK 2.0 Programme, as shown in ***Figure 37****.*

Rajah 37. Pencapaian Program KPLK 2.0 KPKM
Figure 37. *KPKM KPLK 2.0 Programme Achievements*



Secara keseluruhannya program KPLK 2.0 ini merupakan satu program yang menyatukan pengeluar dan pemasar untuk melaksanakan peranan masing-masing dalam satu rantaian nilai. FAMA sebagai agensi pelaksana terus komited untuk memastikan petani berskala kecil menerima sokongan komprehensif pasaran hasil pertanian secara berjadual dan berterusan di pasaran. Usaha ini bukan sahaja memberi manfaat kepada petani, malah membantu mengurangkan kos sara hidup rakyat melalui jaminan bekalan makanan yang konsisten dan mampu milik.

Overall, the KPLK 2.0 programme is an initiative that brings together producers and marketers to carry out their respective roles within a value chain. As the implementing agency, FAMA remains committed to ensuring that small-scale farmers receive comprehensive support for the scheduled and continuous marketing of agricultural produce in the market. This effort not only benefits farmers but also contributes to reducing the cost of living for the public through the assurance of a consistent and affordable food supply.



▸ Majlis menandatangani perjanjian jual beli di antara peserta ladang kontrak dan Pusat Operasi FAMA Daerah Tenom, Sabah bagi komoditi buah pomelo di Kampung Entabuan, Tenom, Sabah yang dirasmikan oleh YB Datuk Arthur Joseph Kurup, Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan pada 9 Mei 2024. / *The signing ceremony of a forward agreement between contract farming participants and the FAMA Tenom District Operations Centre for pomelo fruit in Kampung Entabuan, Tenom, Sabah, officiated by YB Datuk Arthur Joseph Kurup, Deputy Minister of Agriculture and Food Security, on 9 May 2024*



▸ Belian tembikai susu oleh Pusat Operasi FAMA Kota Bharu daripada peserta ladang kontrak di projek Pertanian Bersepadu Kampung Banggol, Kota Bharu, Kelantan pada 17 Mac 2024. / *Purchase of honeydew melons by the FAMA Kota Bharu Operations Centre from contract farming participants at the Integrated Agriculture Project, Kampung Banggol, Kota Bharu, Kelantan on 17 March 2024.*



▸ Majlis Penyerahan Insentif Peralatan Peserta Ladang Kontrak di bawah Program Khidmat Pemasaran Ladang Kontrak (KPLK 2.0) daerah Pendang, Kedah pada 9 Jun 2024. / *Equipment Incentive Handover Ceremony for Contract Farming Participants under the Contract Farming Marketing Services (KPLK 2.0) Programme in Pendang, Kedah on 9 June 2024*

RAKAN PEMASAR KONTRAK PEMASARAN (RPKP)

RPKP merupakan satu program mengenalpasti usahawan pengeluar dan pemasar yang berkebolehan memasarkan hasil pertanian di pasaran setempat dan eksport. Tujuan utama adalah untuk meningkatkan pendapatan peserta program dan secara langsung memudahkan pengguna mendapatkan bekalan pertanian tempatan.

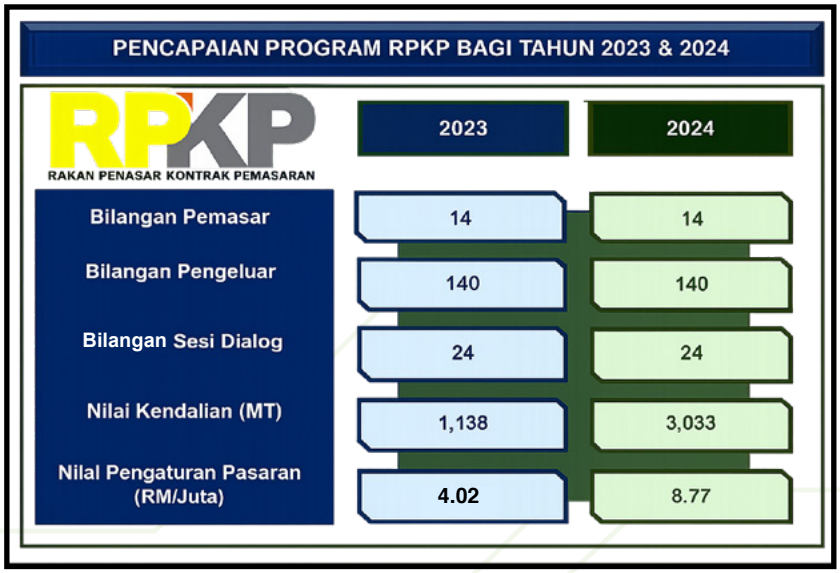
Sepanjang pelaksanaan Rancangan Malaysia ke-12 sehingga 31 Disember 2024, sejumlah 62 usahawan pemasar RPKP dan 620 orang pengeluar telah dibangunkan dengan nilai kendalian sebanyak 13,014 tan metrik dan nilai pengaturan pasaran RM36.90 juta. **Rajah 38** menunjukkan perbandingan pencapaian program RPKP bagi tahun 2023 dan 2024.

MARKETING CONTRACT PARTNER (RPKP)

The RPKP programme is designed to identify capable producer and marketing entrepreneurs who can market agricultural produce in both local and export markets. Its primary objective is to increase participants' income while directly facilitating consumers' access to local agricultural supplies.

Throughout the implementation of the Twelfth Malaysia Plan, up to 31 December 2024, a total of 62 RPKP marketing entrepreneurs and 620 producers have been developed, handling 13,014 metric tonnes of produce with a market arrangement value of RM36.90 million. ***Figure 38*** *presents a comparison of RPKP programme achievements for 2023 and 2024.*

Rajah 38. Perbandingan Pencapaian Program RPKP bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 38. *Comparison of RPKP Programme Achievements for the Years 2023 and 2024*



Nilai pengaturan pasaran pada tahun 2023 adalah sebanyak RM4.02 juta. Manakala pada tahun 2024, nilai pengaturan pasaran telah meningkat kepada RM8.77 juta. Peningkatan ini adalah kerana penambahan peserta RPKP bagi komoditi buah daripada dua orang kepada lima orang dan komoditi sayur dan buah daripada seorang kepada tiga orang peserta dari tahun 2023 hingga 2024.

This increase is attributed to the addition of RPKP participants for fruit commodities, rising from two to five participants, and for vegetable and fruit commodities, from one to three participants between 2023 and 2024.

Program RPKP memberikan impak yang besar kepada peningkatan pendapatan usahawan sebanyak RM9.45 juta iaitu 50 peratus lebih tinggi daripada hasil pendapatan sebelum menyertai program. Program ini juga membantu pengguna untuk mendapatkan bekalan hasil pertanian secara berterusan.

The RPKP programme has had a significant impact on increasing entrepreneurs' income by RM9.45 million, which is 50 per cent higher compared to their earnings prior to participating in the programme. It also helps consumers gain continuous access to agricultural produce.

KHIDMAT PEMASARAN SEGAR

FAMA melalui Pusat Operasi (PO) memainkan peranan strategik dalam menawarkan alternatif saluran pemasaran yang lebih fleksibel bagi memperkukuh rantaian bekalan hasil segar seperti buah-buahan, sayur-sayuran dan ternakan untuk memenuhi keperluan pasaran. Inisiatif ini bertujuan memastikan keterjaminan bekalan makanan segar di pasaran secara berterusan, seterusnya memberikan rakyat akses kepada makanan yang selamat, berkualiti dan pada harga yang berpatutan.

FRESH PRODUCE MARKETING SERVICES

Through its Operations Centres (PO), FAMA plays a strategic role in offering more flexible alternative marketing channels to strengthen the supply chain of fresh produce such as fruits, vegetables, and livestock in meeting market demands. This initiative aims to ensure a continuous supply of fresh food in the market, providing the public with access to safe, high-quality, and affordable food.

Melalui jaringan outlet pemasaran serta penyertaan usahawan FAMA, bekalan hasil segar diagihkan secara lebih efisien kepada pengguna seluruh negara. Pendekatan ini bukan sahaja menyediakan alternatif pembekalan yang kukuh, malah menyumbang kepada

Through its network of marketing outlets and participation of FAMA entrepreneurs, fresh produce is distributed more efficiently to consumers nationwide. This approach not only provides a robust supply alternative but also contributes to increased income for

peningkatan pendapatan petani, penternak dan usahawan tani. Secara tidak langsung, ia menyokong agenda nasional dalam usaha mengurangkan kos sara hidup rakyat menerusi kestabilan harga dan ketersediaan makanan asas.

farmers, livestock breeders, and agri-entrepreneurs. Indirectly, it supports the national agenda to reduce the cost of living through price stability and availability of essential food.

Jadual 23 menunjukkan perbandingan nilai jualan mengikut komoditi bagi tahun 2023 dan 2024.

Table 23 *shows the comparison of sales value by commodity for the years 2023 and 2024.*

Jadual 23. Perbandingan Nilai Jualan Mengikut Komoditi bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 23. *Comparison of Sales Value by Commodity for the Year 2023 and 2024*

KOMODITI *COMMODITY*	NILAI JUALAN 2023 (RM/JUTA) *SALES VALUE 2023 (RM/MILLION)*	NILAI JUALAN 2024 (RM) *SALES VALUE 2024 (RM)*
Segar (Sayur dan Buah) *Fresh (Vegetables and Fruits)*	12.54	11.66
Florikultur / *Floriculture*	0.73	0.73
Ternakan / *Livestock*	7.36	11.0
Pelbagai / *Various*	1.31	1.27
Barangan Kawalan / *Controlled Item*	15.83	23.96
JUMLAH (RM) ***TOTAL (RM)***	**37.77**	**48.62**

FAMA mengambil langkah proaktif untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian melalui pendekatan berikut:

FAMA takes proactive measures to enhance the marketing of agricultural produce through the following approaches:

i. Memperkasakan Lagi Strategi Pemasaran dan Pengedaran Khususnya Komoditi Segar

Langkah ini dapat dilaksanakan melalui pengukuhan jaringan pengedaran termasuk penggunaan pusat pengumpulan dan rangkaian logistik yang cekap untuk mengurangkan kehilangan hasil dan memastikan kesegaran. Tambahan pula, ianya dapat diperkasakan lagi melalui pengembangan platform pasaran alternatif seperti pasar tani digital, e-dagang dan pasaran terus kepada pengguna (*farm-to-table*).

i. Strengthening Marketing and Distribution Strategies, Particularly for Fresh Commodities

This initiative can be implemented through the strengthening of distribution networks, including the use of collection centres and efficient logistics networks to reduce post-harvest losses and ensure freshness. Furthermore, it can be enhanced through the expansion of alternative market platforms such as digital farmers' markets, e-commerce, and direct-to-consumer channels (farm-to-table).

ii. Meningkatkan Promosi dan Penggunaan Teknologi

Petani disarankan agar menggunakan sistem ladang digital serta penggunaan aplikasi Internet of Things (IOT) dan AI dalam pemantauan hasil dan pengeluaran tanaman. Di samping itu, penyediaan latihan dan sokongan yang berterusan diberikan kepada petani bagi pengeluaran hasil pertanian yang bermutu dan mendapat permintaan yang tinggi.

ii. Enhancing Promotion and Technology Adoption

Farmers are encouraged to adopt digital farm management systems and utilize Internet of Things (IoT) and AI applications for monitoring crop production. In addition, continuous training and support are provided to farmers to produce high-quality agricultural products that are in high demand.

iii. Mengekalkan dan Memperluaskan Pasaran dalam Komoditi Ternakan

Komoditi ternakan berpotensi untuk lebih berdaya saing menerusi pengukuhan jalinan kerjasama strategik dengan agensi lain dan pihak berkepentingan bagi memperluaskan pemasaran hasil ternakan.

iv. Melaksanakan Kajian Pasaran Bagi Mengenal Pasti Luang dan Ruang Pasaran Baharu

FAMA sentiasa melaksanakan kajian pasaran menyeluruh terhadap trend permintaan pengguna bagi komoditi segar dan mengenalpasti potensi eksport produk hasil pertanian bagi membolehkan penembusan pasaran luar negara. Di samping itu, hasil kajian pasaran tersebut boleh digunakan sebagai sokongan dalam membuat keputusan dasar pembangunan produk dan penciptaan peluang perniagaan baharu bagi petani dan pemain industri.

iii. Maintaining and Expanding Markets for Livestock Commodities

Livestock commodities have the potential to become more competitive through strengthened strategic collaboration with other agencies and stakeholders to expand the marketing of livestock products.

iv. Conducting Market Research to Identify New Opportunities and Market Spaces

FAMA continuously conducts comprehensive market research on consumer demand trends for fresh commodities and identifies export potential for agricultural products to enable penetration into international markets. In addition, the findings of such market studies can be used as supporting evidence in making policy decisions for product development and in creating new business opportunities for farmers and industry players.

Jadual 24. Nilai Belian dan Jualan Sayur-Sayuran bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 24. *Purchase and Sales Value of Vegetables for the Year 2023 and 2024*

TAHUN *YEAR*	NILAI BELIAN (RM) *PURCHASE VALUE (RM)*	NILAI JUALAN (RM) *SALES VALUE (RM)*
2023	3,217,614	3,445,994
2024	3,397,663	3,581,281
JUMLAH KESELURUHAN *TOTAL*	**6,615,277**	**7,027,275**

Jadual 25. Nilai Belian dan Jualan Buah-Buahan bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 25. *Purchase and Sales Value of Fruits for the Year 2023 and 2024*

TAHUN *YEAR*	NILAI BELIAN (RM) *PURCHASE VALUE (RM)*	NILAI JUALAN (RM) *SALES VALUE (RM)*
2023	8,305,198	9,093,753
2024	7,337,529	8,077,087
JUMLAH KESELURUHAN *TOTAL*	**15,642,727**	**17,170,840**

Jadual 24 dan **Jadual 25** menunjukkan perbandingan nilai belian dan jualan sayur-sayuran dan buah-buahan bagi tahun 2023 dan 2024. Bagi komoditi sayur-sayuran, terdapat kenaikan 5.6 peratus nilai belian pada tahun 2024 berbanding 2023. Manakala nilai belian buah-buahan menurun 11.65 peratus pada tahun 2024 berbanding tahun 2023.

__Tables 24__ and __25__ show a comparison of the purchase and sales values of vegetables and fruits for the years 2023 and 2024. For vegetable commodities, there was a 5.6 per cent increase in purchase value in 2024 compared to 2023. Meanwhile, the purchase value of fruits declined by 11.65 per cent in 2024 compared to 2023.

PENGEKSPORTAN

Insentif Pengeksportan Produk Agromakanan

Pemerkasaan pemasaran produk agromakanan melalui peningkatan keupayaan eksport merupakan salah satu langkah strategik dalam menangani kos sara hidup rakyat secara tidak langsung. Dengan memperluaskan pasaran produk agromakanan tempatan ke peringkat antarabangsa, negara dapat menjana pendapatan eksport yang lebih tinggi, sekaligus mengukuhkan daya tahan ekonomi.

FAMA berperanan membantu usahawan PKS dengan menyediakan dua insentif seperti berikut **(Rajah 39)**:

a) Insentif Penambahbaikan Pembungkusan dan Pelabelan Produk Agromakanan untuk Pasaran Eksport

FAMA membiayai kos penambahbaikan reka bentuk pembungkusan sedia ada kepada pembungkusan baharu yang meliputi reka bentuk, acuan, pelabelan dan cetakan pada pembungkusan produk agromakanan untuk pasaran eksport.

b) Insentif Program Sokongan Galakan Pemasaran di Luar Negara bagi Usahawan Produk Agromakanan

Insentif ini diwujudkan bagi membantu meningkatkan daya saing dan tahap kompetetif serta ketersediaan usahawan dalam pengeksportan produk agromakanan.

EXPORTATION

Agrofood Product Export Incentives

Strengthening the marketing of agrofood products through enhanced export capabilities is one of the strategic measures to indirectly address the rising cost of living among the population. By expanding the market for local agrofood products to the international level, the country can generate higher export revenue, thereby strengthening economic resilience.

FAMA plays a role in assisting SME entrepreneurs by providing two types of incentives, as shown in __Figure 39__:

a) Incentive for Improvement of Packaging and Labelling of Agrofood Products for Export Markets

FAMA financed the cost of improving existing packaging designs to new packaging, which includes design, moulding, labelling, and printing for agrofood product packaging for the export market.

b) Incentive for Overseas Marketing Support Programmes for Agrofood Entrepreneurs

This incentive was introduced to help enhance competency levels and the readiness of entrepreneurs in exporting agrofood products.

Rajah 39: Pencapaian Pemberian Insentif Program Sokongan Galakan Pemasaran di Luar Negara bagi Usahawan Produk Agromakanan dan Insentif Penambahbaikan Pembungkusan dan Pelabelan Produk Agromakanan untuk Pasaran Eksport Tahun 2024

Figure 39. *Achievements of the Overseas Marketing Support Program Incentives for Agrofood Entrepreneurs and the Packaging and Labeling Improvement Incentives for Agrofood Products for Export Markets Year 2024*



Kit Eksport

Bagi memperkasa kapasiti eksport dan meningkatkan kebolehpasaran produk Malaysia di peringkat antarabangsa, FAMA telah membangunkan sebanyak lima kit eksport sebagai panduan menyeluruh berkaitan geografi, demografi, trend pasaran, tingkah laku pengguna, pembungkusan, prosedur eksport dan saluran pemasaran.

Export Kit

To enhance export capacity and improve the marketability of Malaysian products internationally, FAMA has developed five export kits as comprehensive guides covering geography, demographics, market trends, consumer behaviour, packaging, export procedures, and marketing channels.



▸ Panduan Kit Eksport yang dibangunkan pada tahun 2024
Export Kit Guidelines developed in year 2024

Hantaran Akses Pasaran

FAMA telah menganjurkan Pelancaran Pengeksportan Pertama Durian Segar Malaysia ke Negara China melibatkan 40 tan metrik durian jenis Musang King, Black Thorn, D24 dan 101 menerusi tiga fasa penghantaran iaitu fasa pertama sebanyak 15 tan metrik, fasa kedua berjumlah 15 tan metrik serta fasa ketiga sebanyak 10 tan metrik durian.

Durian segar dieksport ke China susulan pemeteraian Protokol Keperluan Fitosanitari Pengeksportan Buah Durian Segar dari Malaysia ke China, antara Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan Datuk Seri Mohamad Sabu dan Menteri Pentadbiran Am Kastam China (GACC) Yu Jianhua, 19 Jun 2024 di Putrajaya.

Program pengeksportan durian ini merupakan sebahagian daripada peranan FAMA untuk memperkukuhkan rantaian bekalan dengan meningkatkan kecekapan rantaian bekalan durian dari ladang hingga ke pasaran antarabangsa.

Market Access Shipments

FAMA organised the inaugural export launch of fresh Malaysian durians to China, involving 40 metric tonnes of Musang King, Black Thorn, D24, and 101 varieties through three shipment phases, namely Phase 1 of 15 metric tonnes, Phase 2 of 15 metric tonnes, and Phase 3 of 10 metric tonnes of durians.

The export of fresh durians to China followed the signing of the Phytosanitary Requirements Protocol for the Export of Fresh Durians from Malaysia to China between the Minister of Agriculture and Food Security, Datuk Seri Mohamad Sabu, and the Minister of the General Administration of Customs of China (GACC), Yu Jianhua, on 19 June 2024 in Putrajaya.

This durian export programme forms part of FAMA's role in strengthening the supply chain by enhancing the efficiency of the durian supply chain from farm to international markets.





Pelancaran Pengeksportan Pertama Durian Segar Malaysia ke negara China yang telah disempurnakan oleh YB Tuan Loke Siew Fook, Menteri Pengangkutan bersama YB Datuk Arthur Joseph Kurup, Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan. /
The launch of Malaysia's first export of fresh durians to China, officiated by YB Tuan Loke Siew Fook, Minister of Transport, together with YB Datuk Arthur Joseph Kurup, Deputy Minister of Agriculture and Food Security.





Ketibaan konsainan pertama durian segar Malaysia di China disambut oleh YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu, Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan di Lapangan Terbang Zhengzhou, China. /
The arrival of the first consignment of fresh Malaysian durians in China was welcomed by YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu, Minister of Agriculture and Food Security, at Zhengzhou Airport, China.

PENGUKUHAN DAYA SAING USAHAWAN
STRENGTHENING ENTREPRENEUR COMPETITIVENESS

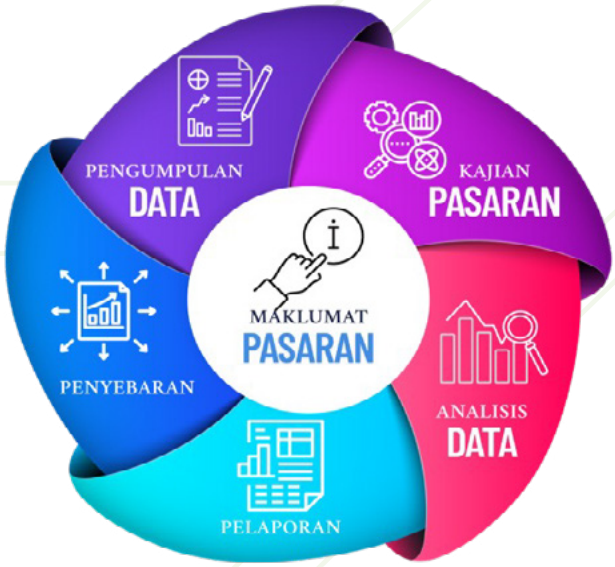
FAMA berperanan penting sebagai pemudah cara dalam memperkukuh keupayaan usahawan dan pengeluar hasil pertanian dengan menyediakan maklumat pasaran yang tepat dan mudah diakses. Penyediaan data berkaitan harga, permintaan, penawaran dan bekalan membolehkan usahawan membuat keputusan pemasaran yang lebih strategik, seterusnya meningkatkan daya saing produk dalam pasaran yang semakin kompetitif dan mencabar.

Secara umum gambaran proses penyediaan maklumat pasaran FAMA merangkumi lima peringkat utama bermula dengan peringkat pengumpulan data dan berakhir dengan penyebaran maklumat dengan pendekatan mesra pengguna serta mudah diakses melalui pelbagai saluran komunikasi rasmi FAMA **(Rajah 40)**.

FAMA plays an important role as a facilitator in strengthening the capabilities of entrepreneurs and agricultural producers by providing accurate and easily accessible market information. The provision of data related to prices, demand, supply, and availability enables entrepreneurs to make more strategic marketing decisions, thereby enhancing product competitiveness in an increasingly competitive and challenging market environment.

*In general, the process of FAMA's market information provision encompasses five main stages, beginning with the data collection phase and concluding with information dissemination using user-friendly approaches that are easily accessible through FAMA's various official communication channels **(Figure 40)**.*

Rajah 40. Proses Penyediaan Maklumat Pasaran FAMA
***Figure 40.** FAMA Market Information Provision Process*



Melalui pelaksanaan pelbagai program dan inisiatif seperti pemadanan pasaran, kempen promosi dan pemasaran secara langsung dari ladang ke pengguna bukan sahaja dapat menjamin akses pasaran yang lebih mampan kepada usahawan, malah membantu mengurangkan kos rantaian pemasaran dan meningkatkan pulangan kepada pengeluar. Pendekatan bersepadu ini dapat memperkasakan kemahiran keusahawanan, kecekapan pengurusan pemasaran serta keupayaan usahawan FAMA menerusi penganjuran kursus untuk menembusi pasaran domestik dan antarabangsa secara berterusan.

Through the implementation of various programmes and initiatives such as market matching, promotional campaigns, and direct marketing from farms to consumers, FAMA not only ensures more sustainable market access for entrepreneurs but also helps reduce marketing chain costs and increase returns to producers. This integrated approach enhances entrepreneurial skills, marketing management efficiency, and the capabilities of FAMA entrepreneurs through the continuous organisation of courses to penetrate both domestic and international markets.

PENERBITAN

Journal of Agribusiness Marketing (JABM)

Journal of Agribusiness Marketing (JABM) merupakan satu penerbitan di bawah Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) sejak tahun 2008. JABM mengandungi artikel-artikel ilmiah berkenaan perniagaan dan pemasaran hasil pertanian antaranya pembekalan dan pengedaran, analisis permintaan, analisis harga dan lain-lain.

Inisiatif pembangunan JABM FAMA diperkukuh menerusi penganjuran Bengkel Penulisan Artikel yang melibatkan penyertaan strategik pegawai dan kakitangan daripada pelbagai Bahagian/ Cawangan terpilih. Bengkel ini dirangka khusus untuk memperkasakan kompetensi warga kerja dalam menterjemah laporan projek kepada penulisan jurnal berkualiti tinggi, sekali gus memastikan dapatan projek didokumentasikan secara ilmiah dan sistematik

Selain daripada itu, *Conference of Agribusiness Marketing* (CAM) adalah salah satu aktiviti tahunan di bawah program JABM FAMA. Bermula 2022, sebanyak dua (2) siri Mini CAM FAMA telah dianjurkan. CAM merupakan platform untuk FAMA mendapat dan menyebarkan maklumat terkini berkaitan *agribusiness marketing* di samping mempromosikan program JABM FAMA.

PUBLICATION

Journal of Agribusiness Marketing (JABM)

The Journal of Agribusiness Marketing (JABM) is a publication under the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) since 2008. JABM contains scholarly articles related to agribusiness and agricultural marketing, including supply and distribution, demand analysis, price analysis, and other relevant topics.

The JABM FAMA development initiative was further strengthened through the implementation of Article Writing Workshops involving the strategic participant of FAMA officers and staff from selected divisions and branches. These workshops was specifically designed to enhance the compentency of officers and staff in transforming project reports into high-quality journal writing, while ensuring that project findings are documented in a scholarly and systematic manner. .

In addition, the Conference of Agribusiness Marketing (CAM) is one of the annual activities under the FAMA JABM programme. Since 2022, two (2) series of FAMA Mini CAM have been organised. CAM serves as a platform for FAMA to obtain and disseminate the latest information related to agribusiness marketing while promoting the FAMA JABM programme.



▸ CAM2024 dimulakan dengan pembentangan keynote speaker dari Airlangga University, Indonesia dan 6 orang pembentang kertas kerja yang terdiri daripada FAMA, DOA, DOSM, UPM, UM dan Kapitani. / *CAM 2024 commenced with a keynote presentation by a speaker from Airlangga University, Indonesia, followed by presentations from six (6) paper presenters representing FAMA, the Department of Agriculture (DOA), the Department of Statistics Malaysia (DOSM), Universiti Putra Malaysia (UPM), Universiti Malaya (UM), and Kapitani.*

Penganjuran Mini CAM2024 yang bertemakan 'Pemberdayaan Pemasaran Pertanian Melalui Data Ke Arah Sekuriti Makanan' telah diadakan pada 11 Jun 2024 bertempat di Dewan Bunga Raya, Ibu Pejabat FAMA berjaya menarik minat seramai 150 orang yang hadir secara fizikal manakala seramai 350 orang yang mengikuti program secara atas talian.

The organisation of Mini CAM 2024, themed "Empowering Agricultural Marketing Through Data Towards Food Security," held on 11 June 2024 at Dewan Bunga Raya, FAMA Headquarters, successfully attracted 150 participants who attended physically, while 350 participants followed the programme online.



▸ Barisan moderator dan panel podcast semasa CAM 2024 dengan topik 'Pemberdayaan Pemasaran Pertanian melalui Data ke Arah Sekuriti Makanan' pada 11 Jun 2024. / *The lineup of moderators and podcast panelists during CAM 2024 on the topic "Empowering Agricultural Marketing Through Data Towards Food Security," held on 11 June 2024.*

PEMBANGUNAN MODUL

Bagi tahun 2024, dua (2) modul iaitu Modul Pembangunan dan Pemasaran Santan Sejuk Beku dan Modul Pembangunan dan Pemasaran Santan *Ultra High Temperature* (UHT) turut disediakan sebagai rujukan kepada usahawan.

MODULE DEVELOPMENT

For 2024, two (2) modules, namely the Frozen Coconut Milk Development and Marketing Module and the Ultra High Temperature (UHT) Coconut Milk Development and Marketing Module, were also developed as reference materials for entrepreneurs.





▸ Modul Pembangunan dan Pemasaran Santan Sejuk Beku dan Santan Ultra High Temperature.
Frozen Coconut Milk and Ultra High Temperature (UHT) Coconut Milk Development and Marketing Modules.

Modul Komoditi Terpilih

Sebanyak (5) lima modul latihan telah berjaya dibangunkan bagi memperkasakan aktiviti bimbingan dan khidmat nasihat pemasaran kepada golongan sasar. Inisiatif strategik ini diterajui oleh 35 orang pegawai FAMA yang berperanan sebagai tenaga pengajar dan fasilitator maklumat. Melalui modul-modul ini, FAMA mempergiat kursus amalan pemasaran terbaik bagi komoditi pertanian segar, bertujuan meningkatkan tahap kesedaran serta kemahiran teknikal usahawan dalam aspek pengendalian lepas tuai.

Selected Commodity Module

A total of five (5) training modules have been successfully developed for use in guidance activities and marketing advisory services for target groups. This strategic initiatives is led were developed by 35 FAMA officers who will serve as instructors and information facilitators through these modules. FAMA conducts courses on good marketing practices for fresh agricultural commodities to raise awareness and enhance entrepreneurs' skills in post-harvest handling.



▸ Empat (4) daripada lima (5) Modul Komoditi Terpilih yang telah dibangunkan pada tahun 2024 /
Four (4) out of five (5) Modul Komoditi Terpilih that has been developed in year 2024

Modul Amalan Pemasaran Baik

Modul Amalan Pemasaran dibangunkan dalam menyokong aktiviti latihan dan khidmat rundingan kepada kumpulan sasar. Pada tahun 2024, dua (2) modul latihan dibangunkan iaitu Modul Amalan Pemasaran Baik Komoditi Halia dan Modul Amalan Pemasaran Baik Komoditi Segar Secara Atas Talian. Modul ini dibangunkan oleh kakitangan FAMA yang juga seterusnya akan menjadi tenaga pengajar bagi latihan Amalan Pemasaran Baik yang dianjurkan oleh FAMA mahupun jemputan daripada agensi-agensi lain.

Good Marketing Practices Module

The Good Marketing Practices Module was developed to support training activities and advisory services for target groups. In 2024, two (2) training modules were developed: the Good Marketing Practices Module for Ginger Commodities and the Good Marketing Practices Module for Fresh Commodities, delivered online. These modules were developed by FAMA staff, who will also serve as trainers for the Good Marketing Practices training organised by FAMA or upon invitation from other agencies.



▸ Modul Amalan Pemasaran Baik yang dibangunkan pada tahun 2024 /
Good Marketing Practices Module developed in 2024

KAJIAN PASARAN

Kajian Risikan Pasaran

Tahun 2024 menyaksikan cabaran sektor agromakanan negara yang semakin kompleks akibat pelbagai isu semasa, termasuk tekanan geopolitik global, krisis perubahan iklim, serta kenaikan harga input pertanian. Kesannya, harga barangan makanan terus meningkat.

FAMA telah mengambil peranan strategik untuk memperkukuh penyaluran maklumat pasaran yang cepat dan tepat kepada golongan sasar, serta menyelaras intervensi bersasar dalam rantaian bekalan. Semua ini adalah sebahagian daripada strategi menyeluruh untuk memperkasakan pemasaran agromakanan, sekali gus menyumbang kepada penstabilan harga agromakanan dan pengurangan kos sara hidup rakyat.

Bagi membantu usahawan pengeluar memahami situasi sebenar pasaran, FAMA telah melaksanakan pelbagai penyelidikan pasaran untuk membekalkan maklumat pasaran terkini berkenaan pengeluaran, pemasaran serta permintaan komoditi terpilih bagi sesuatu kawasan. FAMA telah melaksanakan tiga (3) jenis kajian bagi meningkatkan pemahaman pasaran seperti di **Rajah 41**.

MARKET RESEARCH

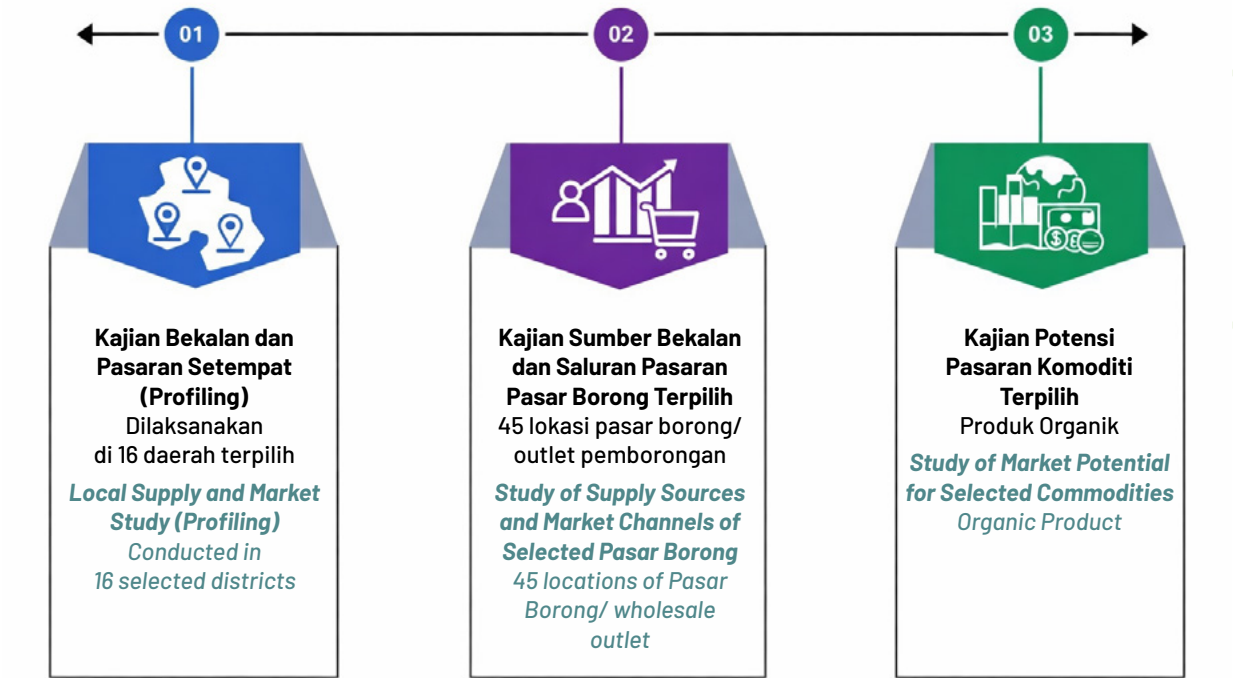
Market Research Study

The year 2024 witnessed increasing complexities in the nation's agri-food sector due to various current issues, including global geopolitical pressures, climate change crises, and sharp rises in agricultural input costs. As a result, food prices continued to escalate.

FAMA has assumed a strategic role in strengthening the provision of fast and accurate market information to target groups, as well as coordinating targeted interventions within the supply chain. All of these efforts are part of a comprehensive strategy to empower agri-food marketing, thereby contributing to the stabilization of agri-food prices and the reduction of the cost of living for the public.

*To assist producer entrepreneurs in understanding the market, FAMA has conducted various market research initiatives to provide up-to-date market information on production, marketing, and demand for selected commodities in specific areas. FAMA has implemented three (3) types of studies to enhance market understanding, as shown in **Figure 41**.*

Rajah 41. Pencapaian Projek Kajian Risikan Pasaran 2024
Figure 41. *Achievements of the 2024 Market Research Study Projects*





Proses temu bual responden Kajian Bekalan dan Pasaran Setempat (Profiling) di sekitar daerah Jasin, Melaka pada bulan Februari hingga Jun 2024. / *The respondent interview process for the Local Supply and Market Study (Profiling) in the Jasin district, Melaka, conducted from February to June 2024.*



Proses temu bual responden pengeluar agromakanan Kajian Bekalan dan Pasaran Setempat Daerah Muallim, Perak pada bulan Julai hingga September 2024. / *The respondent interview process with agri-food producers for the Local Supply and Market Study in Muallim District, Perak, conducted from July to September 2024.*

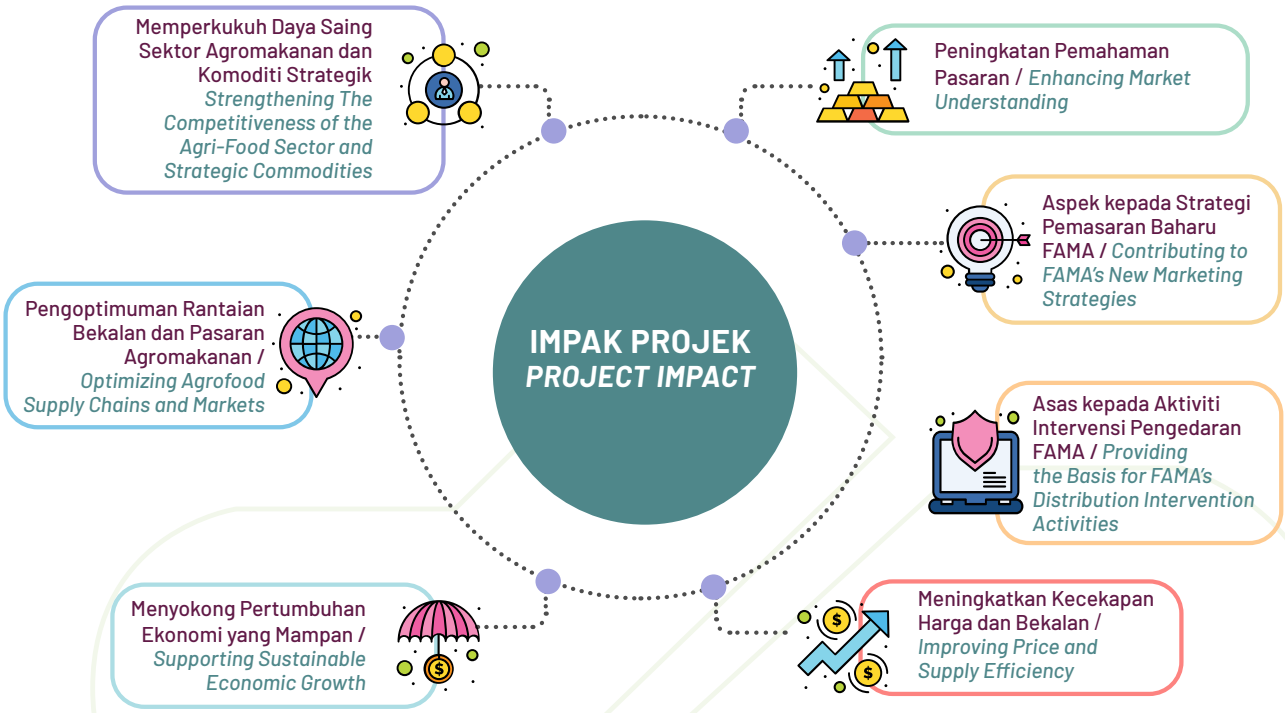


Contoh penerbitan Laporan Kajian Sumber Bekalan dan Saluran Pasar Borong Terpilih Negeri Kedah. / *Sample publication of the Selected State Wholesale Market (Pasar Borong) Supply and Market Channel Study Report Kedah.*

Kajian ini dilaksanakan bagi mengenal pasti keperluan serta peluang dalam sistem pemasaran agromakanan negara secara menyeluruh, khususnya dalam konteks memperkukuh daya saing sektor agromakanan. Melalui pendekatan analitikal yang menyeluruh, kajian ini memberi impak signifikan dalam meningkatkan pemahaman pasaran, menyokong pertumbuhan ekonomi yang mampan, serta menjadi asas kepada pelaksanaan intervensi oleh FAMA seperti di **Rajah 42.**

This study was conducted to identify the needs and opportunities within the national agri-food marketing system comprehensively, particularly in the context of strengthening the competitiveness of the agri-food sector. Through a thorough analytical approach, the study has had a significant impact on enhancing market understanding, supporting sustainable economic growth, and serving as the basis for FAMA's implementation of interventions, as shown in ***Figure 42****.*

Rajah 42. Impak Kajian Risikan Pasaran
Figure 42. *Impact of the Market Research Study*



Kajian Risikan Pasaran yang dilaksanakan sepanjang tahun 2024 telah memperkukuh peranan FAMA dalam menyokong kelestarian sektor agromakanan. Melalui penyediaan maklumat pasaran yang tepat, kajian ini berjaya meningkatkan keupayaan usahawan, memperkemas rantaian bekalan serta menyumbang kepada pengurangan kos sara hidup rakyat.

In conclusion, the Market Intelligence Studies conducted throughout 2024 have strengthened FAMA's role in supporting the sustainability of the agrofood sector. By providing accurate market information, these studies have successfully enhanced entrepreneurs' capabilities, streamlined supply chains, and contributed to the reduction of the cost of living for the public.

KAJIAN RINTIS KOMODITI ROSEL DAN KELAPA TUA TEMPATAN - PENGENDALIAN LEPAS TUAI

Pihak FAMA telah bekerjasama dengan pasukan penyelidik daripada Pusat Penyelidikan Tanaman Industri, MARDI bagi menjalankan kajian rintis komoditi rosel dan juga kelapa tua tempatan. Dalam kerjasama ini, satu kaedah pengendalian lepas tuai berkaitan rosel dan juga kelapa tua tempatan dapat disediakan di mana daripada dapatan ini, usahawan dapat meningkatkan pendapatan dengan mengurangkan kehilangan lepas tuai. Kajian lepas tuai rosel dijalankan ke atas rosel daripada ladang kontrak FAMA Daerah Rompin. Manakala bagi komoditi kelapa pula dijalankan kutipan maklumat di Bagan Datuk, Batu Pahat dan Kuala Selangor.

PILOT STUDY ON ROSELLE AND LOCAL MATURE COCONUT COMMODITIES – POST-HARVEST HANDLING

FAMA collaborated with a research team from the Industrial Crops Research Centre, MARDI, to conduct a pilot study on roselle and local mature coconut commodities. Through this collaboration, a post-harvest handling method for roselle and local mature coconuts was developed. The findings enable entrepreneurs to increase their income by reducing post-harvest losses. The roselle post-harvest study was conducted on roselle from FAMA contract farms in the Rompin District, while data collection for the coconut commodity was carried out in Bagan Datuk, Batu Pahat, and Kuala Selangor.



Laporan Kajian Pengendalian Lepas Tuai Bagi Komoditi Rosel dan Kelapa Tua Tempatan
Study Report on Post-Harvest Handling of Roselle and Local Mature Coconut Commodities

KAJIAN KEBERKESANAN PELAKSANAAN PROJEK PEMBEKALAN AGROXPORT TAHUN 2024

Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Projek Pembekalan Agroxport Tahun 2024 dilaksanakan bertujuan untuk menilai impak dan keberkesanan pelaksanaan projek agar menepati dan mencapai objektif berikut:

1. Mengenal pasti tahap daya saing produk agromakanan Malaysia di peringkat global.
2. Mengenal pasti cabaran dan isu untuk menceburi bidang pengeksportan
3. Mengenal pasti perkhidmatan dan sokongan kerajaan untuk membangunkan pasaran eksport.
4. Mengenal pasti tahap ketersediaan usahawan eksport.

Perkara yang dinilai meliputi faedah iaitu peningkatan pendapatan dari aktiviti eksport serta penerimaan pengguna di luar negara berkaitan produk agromakanan Malaysia yang dinikmati oleh golongan sasar yang terdiri daripada usahawan PKS agromakanan, ejen pemasar, pegawai-pegawai FAMA dan agensi yang berkepentingan serta pengunjung yang merujuk kepada pengguna yang mengunjungi outlet ejen pemasar. Kajian ini dilaksanakan selama lapan (8) bulan oleh pasukan perunding yang dilantik dari Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM).

EFFECTIVENESS STUDY OF THE AGROXPORT SUPPLY PROJECT IMPLEMENTATION 2024

The Effectiveness Study of the 2024 AgroXport Supply Project was conducted to assess the impact and effectiveness of the project's implementation in order to meet and achieve the following objectives:

1. *Identify the competitiveness level of Malaysian agri-food products at the global level.*
2. *Identify challenges and issues in entering the export sector.*
3. *Identify government services and support available to develop export markets.*
4. *Determine the readiness level of export entrepreneurs.*

The evaluation covered benefits such as increased income from export activities and foreign consumer acceptance of Malaysian agri-food products, experienced by target groups including agri-food SME entrepreneurs, marketing agents, FAMA officers, relevant agencies, and visitors referring to consumers visiting marketing agent outlets. The study was conducted over eight (8) months by a consulting team appointed from Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM).



Pengumpulan data semasa Pameran Pertanian, Hortikultur dan Agro Pelancongan Malaysia (MAHA) 2024 pada 13 September 2024. / *Data collection during the Malaysia Agriculture, Horticulture and Agrotourism (MAHA) 2024 Exhibition on 13 September 2024*



Laporan Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Projek Pembekalan Agroxport Tahun 2024. / *Effectiveness Study Report on the 2024 AgroXport Supply Project Implementation*





Asean Mall di Pattani Thailand yang dilawati pihak perunding semasa proses pengumpulan data.
ASEAN Mall in Pattani, Thailand, visited by the consultants during the data collection process

KAJIAN KEBERKESANAN PELAKSANAAN PROGRAM JUALAN AGRO MADANI TAHUN 2024

Program Jualan Agro Madani (JAM) merupakan inisiatif strategik Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) melalui agensi seperti FAMA, LPP dan LKIM. Program ini bertujuan menyediakan saluran pemasaran secara terus kepada pengguna yang melibatkan pengilang, pemproses agromakanan, peserta Ladang Kontrak dan usahawan bimbingan jabatan dan agensi.

Produk yang ditawarkan merangkumi pelbagai komoditi utama termasuk hasil segar (sayur, buah, ayam, ikan dan daging), barang runcit serta barang kawalan (gula, minyak, tepung dan beras), sekali gus memperluaskan pilihan pengguna terhadap keperluan asas pada harga berpatutan.

Bagi menilai sama ada pelaksanaan program ini memberikan impak yang positif dan menepati objektif yang telah dirancang, satu kajian keberkesanan telah

EFFECTIVENESS STUDY OF THE 2024 AGRO MADANI SALES PROGRAMME IMPLEMENTATION

The Agro Madani Sales Programme (JAM) is a strategic initiative of the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) implemented through agencies such as FAMA, LPP, and LKIM. The programme aims to provide direct marketing channels to consumers, involving manufacturers, agri-food processors, Contract Farm participants, and entrepreneurs under departmental and agency guidance.

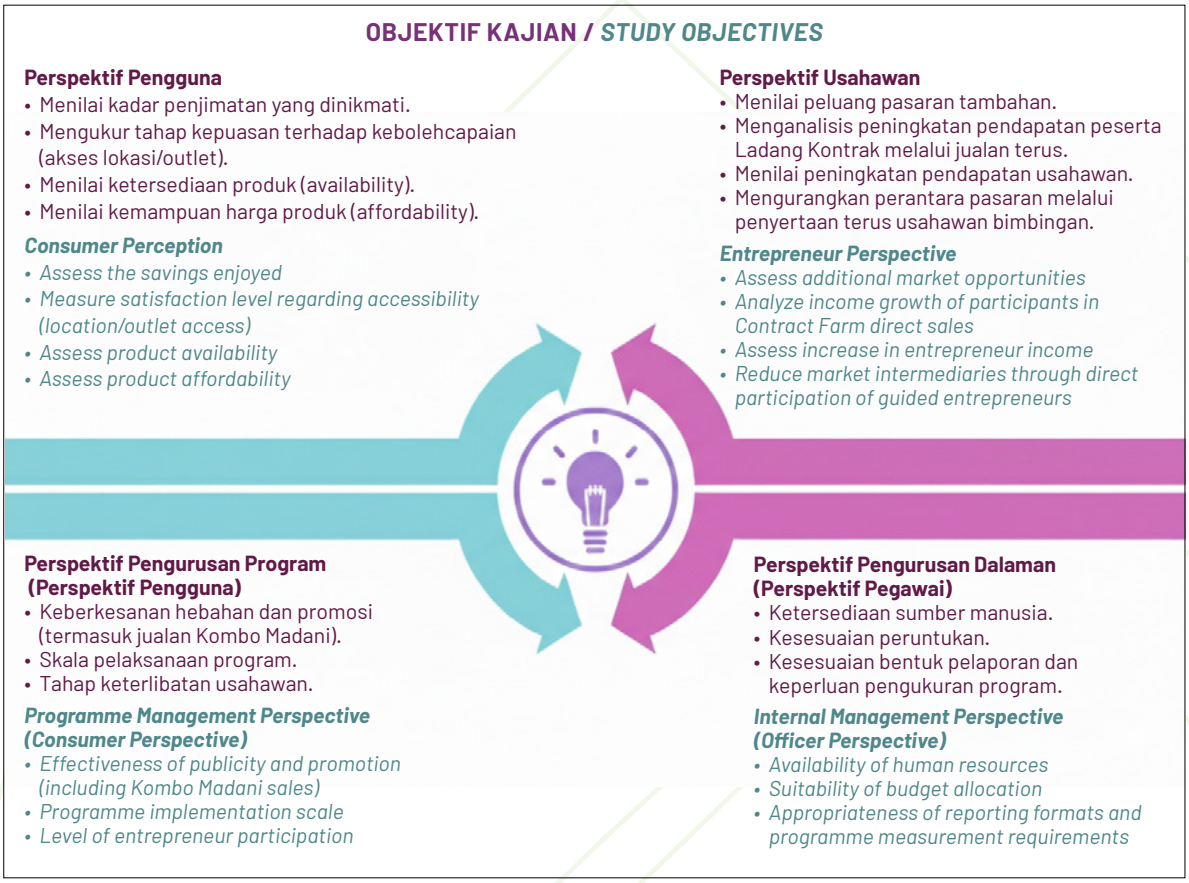
The products offered include a wide range of key commodities, such as fresh produce (vegetables, fruits, chicken, fish, and meat), groceries, and controlled items (sugar, cooking oil, flour, and rice), thereby expanding consumer choices for essential needs at affordable prices.

To evaluate whether the programme's implementation produced positive impacts and achieved its planned objectives, an effectiveness study was conducted

dilaksanakan pada tahun 2024. Kajian ini mengambil kira pandangan dan manfaat yang diperoleh daripada tiga golongan sasar utama iaitu pengguna, usahawan dan pengurusan program JAM. Pasukan penyelidik dari Universiti Teknikal MARA Sdn. Bhd. (UniKL) telah dilantik bagi melaksanakan kajian ini bagi tempoh bermula bulan April sehingga November 2024. Objektif kajian adalah seperti **Rajah 43.**

in 2024. The study considered the perspectives and benefits gained by three main groups: consumers, entrepreneurs, and JAM programme management. A research team from Universiti Teknikal MARA Sdn. Bhd. (UniKL) was appointed to carry out the study from April to November 2024. The study objectives are shown in ***Figure 43****.*

Rajah 43. Objektif Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Program Jualan Agro Madani (JAM) Tahun 2024
Figure 43. *Objectives of the Effectiveness Study for 2024 Agro Madani Sales Programme (JAM) Implementation*





▸ Laporan Kajian Keberkesanan Pelaksanaan Program Jualan Agro Madani (JAM) Tahun 2024.
Effectiveness Study Report on the 2024 Agro Madani Sales Programme (JAM) Implementation

PEMBANGUNAN PRODUK

Penggunaan kaedah pembungkusan terkini dan pematuhan kepada perundangan adalah penting dalam aspek penyediaan, pemprosesan, pembungkusan, pelabelan, penyimpanan dan pengedaran produk bagi meningkatkan kualiti produk dan nilai jualan, serta memenuhi keperluan pasaran. Pembungkusan yang menarik juga memberi impak kepada Usahawan Mikro Industri Asas Tani (IAT) dalam meningkatkan nilai jualan dan meluaskan pasaran. **(Rajah 44** dan **Rajah 45)**.

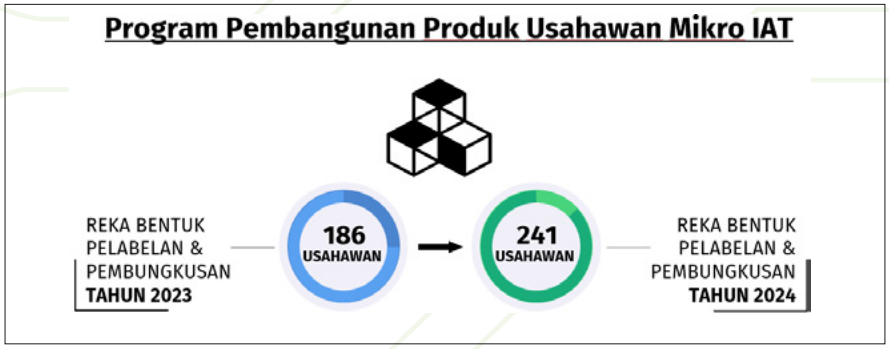
PRODUCT DEVELOPMENT

*The use of modern packaging methods and compliance with regulations is essential in the preparation, processing, packaging, labeling, storage, and distribution of products. This enhances product quality and sales value while meeting market requirements. Attractive packaging also has a positive impact on Micro Entrepreneurs in the Agro-Based Industry (IAT) by increasing sales value and expanding market reach **(Figures 44** and **45)**.*

Rajah 44. Jenis Perkhidmatan yang Ditawarkan kepada Usahawan IMAT
Figure 44. *Types of Services Offered to IMAT Entrepreneurs*



Rajah 45. Perbandingan bilangan Usahawan yang telah Menerima Manfaat di Bawah Program Pembangunan Produk Usahawan Mikro IAT bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 45. *Number of Entrepreneurs Benefiting from the Micro IAT Entrepreneur Product Development Programme in Year 2023 and 2024*



Melalui perkhidmatan ini, usahawan lebih yakin untuk mempromosi jenama produk mereka di pasaran. Reka bentuk yang telah ditambah baik menjadi satu daya tarikan serta membolehkan usahawan menonjolkan keunikan produk di pasaran. Penambahbaikan ini juga bertujuan bagi meningkatkan kualiti ke arah pensijilan lebih tinggi seperti Halal, GMP dan HACCP.

Reka bentuk produk yang baik bukan sahaja menunjukkan komitmen usahawan terhadap inovasi dan kualiti, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pengguna. Ini membuka peluang untuk mencapai pasaran yang lebih luas dan menarik lebih ramai

Through these services, entrepreneurs gain greater confidence in promoting their product brands in the market. The improved designs serve as an attraction and enable entrepreneurs to highlight the uniqueness of their products. These enhancements also aim to improve quality towards higher certifications such as Halal, GMP, and HACCP.

Well-designed products not only demonstrate the entrepreneur's commitment to innovation and quality but also increase consumer trust. This creates opportunities to reach wider markets and attract more customers. Product brands that comply with labeling



▸ Reka Bentuk Pelabelan dan Pembungkusan Produk Usahawan Tahun 2024
Product Labeling and Packaging Design for Entrepreneurs in Year 2024

pelanggan. Jenama produk usahawan yang mematuhi peraturan pelabelan dan memiliki imej yang menarik akan meyakinkan pengedar untuk mengedarkan produk tersebut.

Bantuan-bantuan ini menunjukkan komitmen FAMA terhadap pembangunan usahawan kecil dan mikro, serta memberikan manfaat berterusan kepada komuniti pertanian dan pemasaran pertanian.

PEMBANGUNAN USAHAWAN

USAHAWAN PENGEDAR

Sebagai langkah strategik dalam memperkukuh sistem pengedaran produk tempatan, FAMA telah melaksanakan Program Pembangunan Usahawan Pengedar, yang berperanan melahirkan usahawan pengedar berdaya saing dan profesional bagi menyokong pengembangan pasaran produk-produk Industri Asas Tani (IAT). Program ini dibangunkan dengan objektif untuk mewujudkan model perniagaan yang lebih kos efektif, di mana pengeluar dapat menumpukan sepenuhnya kepada proses pengeluaran, manakala pengedar bertindak sebagai ejen pemasaran yang cekap **(Rajah 46)**.

Pendekatan ini bukan sahaja menjamin kelancaran aliran produk ke pasaran, malah memperkukuh ekosistem pemasaran yang mampan dan responsif. Matlamat utama program ini adalah seperti berikut:

regulations and possess an appealing image will also convince distributors to carry and distribute the products.

These assistances demonstrate FAMA's commitment to the development of small and micro entrepreneurs, while providing ongoing benefits to the agricultural and agrimarketing communities.

ENTREPRENEUR DEVELOPMENT

DISTRIBUTOR ENTREPRENEURS

As a strategic measure to strengthen the distribution system of local products, FAMA has implemented the Distributor Entrepreneur Development Programme, which aims to cultivate competitive and professional distributor entrepreneurs to support the expansion of Agro-Based Industry (IAT) product markets. The programme was developed with the objective of creating a more cost-effective business model, where producers can focus entirely on production processes while distributors act as efficient marketing agents ***(Figure 46)****.*

This approach not only ensures a smooth flow of products to the market but also strengthens a sustainable and responsive marketing ecosystem. The main objectives of the programme are as follows:

i. Melahirkan usahawan pengedar bimbingan FAMA selaras dengan aspirasi untuk memperkukuh jaringan keusahawanan tempatan;
ii. Meluaskan segmen dan saiz pasaran, sekali gus meningkatkan akses produk tempatan ke kawasan baharu;
iii. Meningkatkan nilai jualan melalui strategi agihan yang lebih terancang dan efisien;
iv. Meningkatkan kecekapan dan keberkesanan pengedaran dengan memastikan produk dapat menembusi pasaran sedia ada serta menyediakan perkhidmatan pengedaran yang terbaik.

i. To develop FAMA-guided distributor entrepreneurs in line with the aspiration to strengthen the local entrepreneurial network;
ii. To expand market segments and size, thereby increasing access of local products to new areas;
iii. To enhance sales value through more planned and efficient distribution strategies;
iv. To improve distribution efficiency and effectiveness, ensuring products penetrate existing markets while providing optimal distribution services.

Rajah 46. Pencapaian Program Pembangunan Usahawan Pengedar Tahun 2024
Figure 46. *Achievements of the 2024 Distributor Entrepreneur Development Programme*







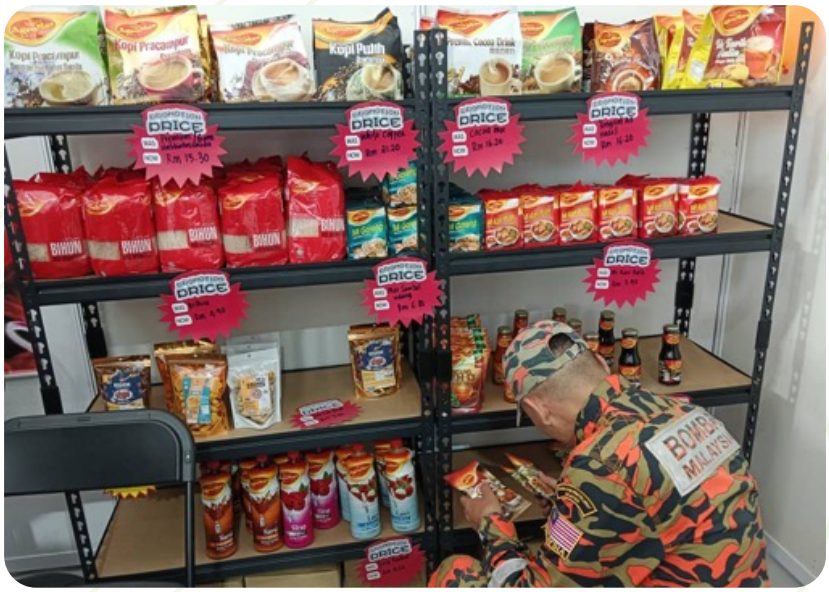
▸ Pembekalan dua (2) unit kenderaan perdagangan kepada PMMF Puchong Jaya bagi kegunaan operasi KOPIESATU
Supply of two (2) units of commercial vehicles to PMMF Puchong Jaya for KOPIESATU operational use





▸ Puan Dahaliah Sakkul daripada Syarikat Syafiqah Enterprise merupakan usahawan pengedar yang beroperasi di Kota Kinabalu, Sabah / *Mrs. Dahaliah Sakkul from Syarikat Syafiqah Enterprise is a distribution entrepreneur operating in Kota Kinabalu, Sabah.*





▸ Puan Margaretha Tiud Anak Tawi daripada Syarikat Brielle Enterprise merupakan usahawan pengedar yang beroperasi di Miri, Sarawak / *Mrs. Margaretha Tiud Anak Tawi from Brielle Enterprise Company is a distribution entrepreneur operating in Miri, Sarawak.*

USAHAWAN PERINTIS

Program ini memberi tumpuan kepada pengukuhan bekalan komoditi tempatan berpotensi melalui penyediaan prasarana moden dan latihan kemahiran kepada para petani serta usahawan. Secara tidak langsung, ia turut memainkan peranan penting dalam usaha mengurangkan kos sara hidup rakyat melalui jaminan bekalan makanan tempatan yang lebih berkualiti, mudah diperoleh dan harga berpatutan.

Program ini memberi tumpuan kepada dua aspek utama iaitu meningkatkan kualiti dan kuantiti pengeluaran hasil pertanian melalui penyediaan ruang dan peluang perniagaan yang mampan dan meningkatkan pendapatan petani dan usahawan dengan menggalakkan penglibatan aktif dalam rantaian bekalan dan industri hiliran. Selaras dengan pembangunan industri utama negara seperti kopi, kelapa, florikultur, herba dan tanaman bernilai tinggi lain, program ini turut memberi penekanan kepada penyediaan latihan dan kursus kemahiran kepada golongan usahawan B40, bagi menggalakkan penyertaan aktif dalam aktiviti pemprosesan dan pemasaran produk tempatan.

Objektif utama program ini adalah:

i. Menggalakkan petani menghasilkan tanaman berpotensi tinggi yang mendapat permintaan tinggi di pasaran tempatan dan global;
ii. Mengurangkan kebergantungan terhadap bahan mentah import dengan meningkatkan sumber bekalan tempatan yang berkualiti;
iii. Menjadikan keusahawanan pertanian sebagai kerjaya pilihan, khususnya dalam kalangan belia dan usahawan baharu;
iv. Menggalakkan penggunaan dan promosi produk tempatan secara lebih meluas di pasaran domestik dan antarabangsa.

Skop utama bagi pelaksanaan program ini merangkumi empat (4) komponen penting:

i. **Naik taraf Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF)** – untuk meningkatkan kapasiti pengeluaran dan pematuhan piawaian industri.
ii. **Penyediaan kelengkapan peralatan termasuk mesin pemprosesan** – bagi mempercepatkan proses dan menjamin konsistensi kualiti.
iii. **Pembangunan kiosk** – untuk mengukuhkan akses pasaran dan keterlihatan jenama tempatan.

PIONEER ENTREPRENEURS

This programme focuses on strengthening the supply of high-potential local commodities through the provision of modern infrastructure and skills training for farmers and entrepreneurs. Indirectly, it also plays an important role in reducing the cost of living by ensuring the availability of higher-quality, accessible, and affordable local food supplies.

The programme emphasizes two main aspects: enhancing the quality and quantity of agricultural production through the provision of sustainable business opportunities, and increasing the income of farmers and entrepreneurs by encouraging active participation in supply chains and downstream industries. In line with the development of the country's key industries such as coffee, coconut, floriculture, herbs, and other high-value crops, the programme also prioritizes the provision of training and skills courses for B40 entrepreneurs to encourage active participation in the processing and marketing of local products.

The main objectives of the programme are:

i. To encourage farmers to produce high-potential crops that have strong demand in local and global markets;
ii. To reduce dependence on imported raw materials by increasing the supply of high-quality local produce;
iii. To establish agricultural entrepreneurship as a preferred career, particularly among youth and new entrepreneurs;
iv. To promote the use and marketing of local products more widely in domestic and international markets.

The main scope for implementing this programme includes four (4) key components:

*i. **Upgrading FAMA Food Processing Centres (PMMF)** – to increase production capacity and ensure compliance with industry standards.*
*ii. **Provision of equipment, including processing machinery** – to accelerate processes and ensure consistent quality.*
*iii. **Development of kiosks** – to strengthen market access and visibility of local brands.*

iv. Pengukuhan latihan dan kursus bimbingan – bagi melahirkan usahawan pertanian yang lebih berdaya saing dan berpengetahuan.

Pelaksanaan program ini merupakan satu inisiatif strategik Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) dalam usaha menarik minat lebih ramai pelapis muda dan baharu untuk menyertai industri agromakanan yang moden, mampan dan berdaya saing. Dengan penekanan terhadap peningkatan produktiviti dan penghasilan produk berkualiti tinggi, program ini bukan sahaja membuka ruang pasaran yang lebih luas, malah membolehkan usahawan menawarkan produk pada harga yang lebih kompetitif.

Pendekatan menyeluruh ini bukan sekadar menyokong kelangsungan industri makanan negara, tetapi juga mempunyai impak langsung terhadap usaha mengurangkan kos sara hidup rakyat melalui bekalan makanan tempatan yang mencukupi, selamat dan terjamin. Pencapaian program ini pada tahun 2024 seperti di **Jadual 26.**

iv. Strengthening training and mentorship programmes *– to develop more competitive and knowledgeable agricultural entrepreneurs.*

The implementation of this programme represents a strategic initiative by the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) to attract more young and new talent into the modern, sustainable, and competitive agrofood industry. With a focus on increasing productivity and producing high-quality outputs, the programme not only opens wider market opportunities but also enables entrepreneurs to offer products at more competitive prices.

This comprehensive approach not only supports the sustainability of the national food industry but also has a direct impact on efforts to reduce the cost of living through sufficient, safe, and reliable local food supplies. The programme's achievements in 2024 are shown in ***Table 26****.*

Jadual 26. Pencapaian Program Usahawan Perintis Tahun 2024
Table 26. *Achievements of the Pioneer Entrepreneurs Programme in Year 2024*

BIL. *NO.*	SKOP PROJEK *PROJECT SCOPE*	PENCAPAIAN OUTPUT 2024 *OUTPUT ACHIEVEMENT 2024*
1.	Kelengkapan Peralatan dan Mesin / *Equipment and Machinery*	4
2.	Pembangunan Kiosk / *Kiosk Development*	10
3.	Kursus / *Courses*	5
4.	Pembangunan Modul / *Module Development*	2

NEGERI PERAK / *PERAK STATE*

USAHAWAN PERINTIS / *PIONEER ENTREPRENEUR*

Kelengkapan peralatan termasuk mesin adalah diberikan kepada petani dan peladang bagi mempercekapkan pengeluaran hasil tani. Peralatan yang terlibat adalah peralatan utama dan sokongan, mesin utama dan mesin sokongan. / *Equipment, including machinery, was provided to farmers and growers to enhance the efficiency of agricultural production. The equipment provided comprised primary and supporting equipment, as well as primary and supporting machinery.*



Usahawan / *Entrepreneur:*
Ahmad Zawawi Shaari
Lot Jagung Manis TKPM Titi Gantong

Luas/ *Area* : 1 ekar/ *acre*
Varieti/ *Variety* : AG HULK 352
Tanam/ *Planting Date* : 15.8.2024
Jangka Tuai/ *Expected Harvest Date* : 23.10.2024
Tempoh/ *Duration* : 70 hari

BANTUAN : SET SISTEM IOT / *ASSISTANCE: IOT SYSTEM SET*

SKOP 2 – KELENGKAPAN PERALATAN TERMASUK MESIN / *SCOPE 2 – EQUIPMENT AND MACHINERY*

NEGERI MELAKA / *MELAKA STATE*

Usahawan/ ***Entrepreneur:***
Muhammad Izskandar bin Zaidi (Rezeki Semua Legacy)

Lokasi/ ***Location:***
KM. 13, Kampung Paya Rumput, 76450 Melaka

Kiosk/ ***Kiosk:***
Kiosk Kelapa Pandan Shake





NEGERI PERLIS / *PERLIS STATE*

Geran Pembangunan Kiosk (Pembinaan Kiosk / Glass House) /
Kiosk Development Grant (Kiosk Construction/ Glass House)

Usahawan/ ***Entrepreneur:***
Mohammad Syafiq bin Zahir

Lokasi/ ***Location:***
Sechaone Cafe, No. 15, Lorong Muhibbah, Batu 1 ¼,
Jalan Raja Syed Saffi, 01000 Kangar, Perlis





ALATAN PENGENDALIAN LEPAS TUAI

Alatan atau keperluan dalam pengendalian lepas tuai telah diberikan kepada peserta ladang kontrak rosel di Rompin, Pahang, peserta ladang kontrak kelapa tua tempatan di Johor, Selangor dan Perak serta pengutip madu lebah tualang di Kedah. Alatan yang telah diberikan adalah untuk membantu usahawan dalam mengendalikan proses penuaian dengan lebih selamat dan mengekalkan kualiti produk. Aktiviti pengendalian lepas tuai ini bukan sahaja menjaga kualiti produk tersebut bahkan juga menitikberatkan keselamatan dan kebersihan pengendali atau usahawan semasa proses lepas tuai bermula daripada proses tuaian sehingga kepada pengguna. Alatan dan keperluan lepas tuai juga diberikan kepada pusat pengumpulan rosel untuk memastikan eksport bagi komoditi rosel dalam keadaan berkualiti dan bernutrisi.

POST-HARVEST HANDLING TOOLS

Post-harvest handling tools and requirements have been provided to roselle contract farm participants in Rompin, Pahang; local mature coconut contract farm participants in Johor, Selangor, and Perak; as well as honey collectors from stingless bees in Kedah. The tools provided are intended to assist entrepreneurs in handling post-harvest commodities more safely while maintaining product quality. These post-harvest handling activities not only preserve product quality but also emphasize the safety and hygiene of handlers or entrepreneurs throughout the post-harvest process, from harvesting to the end consumer. Post-harvest tools and equipment were also provided to roselle collection centres to ensure that exports of roselle commodities meet quality and nutritional standards.

JENIS KOMODITI *COMMODITY TYPE*	ALATAN *TOOLS*	DAERAH/NEGERI *DISTRICT/STATE*	JUMLAH USAHAWAN *NO. OF ENTREPRENEURS*
Rosel *Roselle*	Alat dekor, gunting/cutter, bakul, sarung tangan, alas dekor *Decor tools, scissors/cutter, basket, gloves, decorative mat*	Rompin, Pahang	25 orang *25 people*
Kelapa Tua Tempatan *Local Mature Coconut*	Bakul beroda, cok, gunting sabut *Wheeled basket, chisel, coconut husk scissors*	Johor, Selangor, Perak	20 orang *20 people*
Madu Lebah Tualang *Stingless Bees*	Alatan keselamatan kutipan madu lebah tualang *Safety equipment for Tualang bee honey collection*	Kedah	2 orang *2 people*

KURSUS PENINGKATAN PRODUKTIVITI USAHAWAN

Kursus Peningkatan Produktiviti melalui Pengurusan Moden dan Amalan Pemasaran Baik dengan kerjasama Malaysia Productivity Corporation (MPC) bertujuan memperkenalkan konsep produktiviti dalam pemasaran agromakanan, mengajar teknik pengiraan produktiviti terkini, meningkatkan kesedaran penggunaan data tepat dalam pengambilan keputusan, serta mempertingkatkan kemahiran strategi pemasaran dan penggunaan alat analitik bagi mengoptimumkan sumber daya dan memperkukuh daya saing di pasaran tempatan dan antarabangsa **(Jadual 27)**.

ENTREPRENEUR PRODUCTIVITY ENHANCEMENT COURSES

The Productivity Enhancement Course through Modern Management and Good Marketing Practices, conducted in collaboration with the Malaysia Productivity Corporation (MPC), aims to introduce the concept of productivity in agri-food marketing, teach the latest productivity calculation techniques, raise awareness on the use of accurate data in decision-making, and enhance skills in marketing strategies and the use of analytical tools to optimize resources and strengthen competitiveness in both local and international markets ***(Table 27)****.*

Jadual 27. Senarai Kursus pada Tahun 2024
Table 27. *List of Courses Year 2024*

BIL. *NO.*	NAMA PROGRAM *PROGRAMME NAME*	TEMPAT *VENUE*	TARIKH *DATE*	BIL. PESERTA *NO. OF PARTICIPANTS*	KOMODITI *COMMODITY*
1.	Gemba Walk dan Diagnos Masalah Rosel Batu Pahat, Johor / *Gemba Walk and Problem Diagnosis of Roselle Batu Pahat, Johor*	Rengit, Batu Pahat, Johor	19 Mei 2024 *19 May 2024*	10 orang *10 people*	Rosel *Roselle*
2.	Gemba Walk dan Diagnos Masalah Rosel Rompin, Pahang / *Gemba Walk and Problem Diagnosis of Roselle Rompin, Pahang*	Rompin, Pahang	23 Mei 2024 *23 May 2024*	25 orang *25 people*	Rosel *Roselle*
3.	Gemba Walk dan Diagnos Masalah Kelapa Bagan Datuk, Perak / *Gemba Walk and Problem Diagnosis of Coconut Bagan Datuk, Perak*	Kg. Sungai Ular, Bagan Datuk, Perak	26 Mei 2024 *26 May 2024*	10 orang *10 people*	Kelapa *Coconut*
4.	Gemba Walk dan Diagnos Masalah Pomelo dan Pisang Sabah / *Gemba Walk and Problem Diagnosis of Pomelo and Banana Sabah*	Kg. Enubai, Tenom, Sabah	7 September 2024 *7 September 2024*	10 orang *10 people*	Pomelo dan Pisang Sabah *Sabah Pomelo and Banana*
5.	Latihan dan Pembangunan Dashboard Peningkatan Produktiviti Melalui Pengurusan Moden Pomelo dan Pisang Sabah / *Training and Development of Productivity Enhancement Dashboard through Modern Management for Sabah Pomelo and Banana*	NADI Kemabong, Tenom, Sabah	6 dan 8 September 2024 *6 and 8 September 2024*	10 orang *10 people*	Pomelo dan Pisang Sabah *Sabah Pomelo and Banana*
6.	Latihan dan Pembangunan Dashboard Peningkatan Produktiviti Melalui Pengurusan Moden Kelapa Bagan Datuk, Perak / *Training and Development of Productivity Enhancement Dashboard through Modern Management for Coconut in Bagan Datuk, Perak*	NADI, Bagan Datuk, Perak	17 - 18 Ogos 2024 *17 - 18 August 2024*	10 orang *10 people*	Kelapa *Coconut*
7.	Latihan dan Pembangunan Dashboard Peningkatan Produktiviti Melalui Pengurusan Moden Rosel Rompin, Pahang/ *Training and Development of Productivity Enhancement Dashboard through Modern Management for Roselle in Rompin, Pahang*	Rompin, Pahang	20 - 21 Ogos 2024 *20 - 21 August 2024*	25 orang *25 people*	Rosel *Roselle*
8.	Latihan dan Pembangunan Dashboard Peningkatan Produktiviti Melalui Pengurusan Moden Rosel Batu Pahat, Johor / *Training and Development of Productivity Enhancement Dashboard through Modern Management for Roselle in Batu Pahat, Johor*	PMMF Rengit, Johor	23 - 24 Ogos 2024 *23 - 24 August 2024*	10 orang *10 people*	Rosel *Roselle*



▸ Prof. Kamaruzaman bin Jahidin mengadakan sesi Gemba Walk dan Diagnos Masalah Komoditi Kelapa di ladang kelapa milik Hj. Abdul Rahman bin Rahmat, Kg. Sungai Ular, Bagan Datuk, Perak pada 26 Mei 2024. / *Prof. Kamaruzaman bin Jahidin conducted a Gemba Walk and Commodity Issue Diagnosis for coconuts at the coconut farm of Hj. Abdul Rahman bin Rahmat, Kg. Sungai Ular, Bagan Datuk, Perak, on 26 May 2024.*



▸ Sesi Gemba Walk dan Diagnos Masalah Komoditi Pisang Sabah bersama Prof. Kamaruzaman bin Jahidin di ladang pisang milik Encik Chong Min Chu di Kg. Enubai, Tenom, Sabah pada 7 September 2024. / *Gemba Walk Session and Commodity Issue Diagnosis for Bananas in Sabah with Prof. Kamaruzaman bin Jahidin at the banana farm of Mr. Chong Min Chu in Kg. Enubai, Tenom, Sabah, on 7 September 2024.*



▸ Latihan dan pembangunan dashboard Peningkatan Produktiviti melalui Pengurusan Moden Rosel Rompin, Pahang yang disampaikan oleh Prof. Kamaruzaman bin Jahidin diadakan di Rompin Beach Resort pada 20 hingga 21 Ogos 2024. / *Training and development of the Productivity Enhancement Dashboard through Modern Management for Roselle in Rompin, Pahang, delivered by Prof. Kamaruzaman bin Jahidin, was held at Rompin Beach Resort from 20 to 21 August 2024.*



▸ Latihan dan pembangunan dashboard Peningkatan Produktiviti melalui Pengurusan Moden Rosel Batu Pahat, Johor telah disampaikan oleh Prof. Kamaruzaman bin Jahidi di PMMF Rengit, Johor pada 23 hingga 24 Ogos 2024. / *Training and development of the Productivity Enhancement Dashboard through Modern Management for Roselle in Batu Pahat, Johor, delivered by Prof. Kamaruzaman bin Jahidin at PMMF Rengit, Johor, from 23 to 24 August 2024.*

PROGRAM PEMANTAPAN

Pencapaian pelaksanaan kursus Usahawan Perintis pada tahun 2024 adalah seperti di **Jadual 28**.

ENHANCEMENT PROGRAMME

*The achievements of the Pioneer Entrepreneurs course implementation in 2024 are shown in **Table 28.***

Jadual 28. Pencapaian Pelaksanaan Kursus Tahun 2024
***Table 28.** Achievements of Course Implementation in Year 2024*

BIL. *NO.*	NAMA KURSUS *COURSE NAME*	TARIKH DAN LOKASI *DATE AND LOCATION*	BILANGAN YANG TERLIBAT *NO. OF PARTICIPANTS*
1.	Kursus Pemasaran Digital *Digital Marketing Course*	20 Februari 2024 / *20 February 2024* Klana Beach Resort, Port Dickson	30 orang *30 people*
2.	Kursus Pengurusan Kewangan *Financial Management Course*	27 Februari 2024 / *27 February 2024* International Youth Centre (IYC) Kuala Lumpur	35 orang *35 people*
3.	Bengkel Pemantapan Kemahiran sebagai Barista Outlet Kopiesatu *Skills Enhancement Workshop as Barista at Kopiesatu Outlet*	4 April 2024 / *4 April 2024* Bangunan Muara, Shah Alam, Selangor	29 orang *29 people*
4.	Kursus Sistem Jaminan Keselamatan Makanan (MESTI) / *Food Safety Assurance System (MESTI) Course*	Mei 2024 / *May 2024* Dewan Majlis Perbandaran Tawau Sabah	60 orang *60 people*
5.	Kursus Pelabelan Makanan *Food Labelling Course*	12 Jun 2024 / *12 June 2024* Kompleks Dagangan Mahkota, Pahang	31 orang *31 people*



Bengkel Pemantapan Kemahiran sebagai Barista Outlet Kopiesatu di Bangunan Muara, Shah Alam, Selangor pada 4 April 2024. / *Skills Enhancement Workshop as Barista at Kopiesatu Outlet, held at Bangunan Muara, Shah Alam, Selangor, on 4 April 2024.*



Kursus Pelabelan Makanan di Bilik Seminar BCIC, Kompleks Dagangan Mahkota, Pahang pada 12 Jun 2024. / *Food Labeling Course at the BCIC Seminar Room, Kompleks Dagangan Mahkota, Pahang, on 12 June 2024.*



Kursus Pengurusan Kewangan di International Youth Centre (IYC) Kuala Lumpur pada 27 Februari 2024. / *Financial Management Course at the International Youth Centre (IYC), Kuala Lumpur, on 27 February 2024.*



Kursus Pemasaran Digital di Klana Beach Resort, Port Dickson pada 20 Februari 2024. / *Digital Marketing Course at Klana Beach Resort, Port Dickson, on 20 February 2024.*

KURSUS AMALAN PEMASARAN BAIK

Kursus ini diadakan di seluruh Malaysia untuk memberikan pendedahan kepada pemegang taruh berkenaan kepentingan mengamalkan pengendalian lepas tuai yang betul dan memahami standard, gred dan kualiti dalam pemasaran hasilan pertanian.

Pada tahun 2023, pelaksanaan kursus adalah sebanyak 35 kali dan manakala tahun 2024 pula sebanyak 39 kali telah diadakan di seluruh Malaysia melibatkan pelbagai jenis komoditi seperti jagung, tembikai, pisang, pomelo, kelapa, buah-buahan bermusim dan pelbagai jenis sayuran. Komoditi-komoditi yang dipilih berdasarkan potensinya di lokasi terpilih dan mendapat permintaan dari kumpulan sasar di kawasan tersebut.

GOOD MARKETING PRACTICE COURSE

This course is conducted nationwide to provide stakeholders with exposure to the importance of proper post-harvest handling and to understand standards, grades, and quality in the marketing of agricultural produce.

In 2023, a total of 35 courses were conducted, while in 2024, 39 times were held across Malaysia, covering various commodities such as corn, watermelon, banana, pomelo, coconut, seasonal fruits, and a variety of vegetables. The selected commodities were chosen based on their potential in specific locations and the demand from target groups in those areas.



▸ Kursus Amalan Pemasaran Baik komoditi tembikai dan labu manis (zon Timur) di Kota Bharu, Kelantan pada 10 hingga 12 Jun 2024. / *Good Marketing Practice Course for watermelon and pumpkin (Eastern Zone) in Kota Bharu, Kelantan, from 10 to 12 June 2024.*



▸ Kursus Amalan Pemasaran Baik Sayur-Sayuran di Batu Kurau, Perak pada 6 Ogos 2024. / *Good Marketing Practice Course for Vegetables in Batu Kurau, Perak, on 6 August 2024.*



▸ Kursus Amalan Pemasaran Baik Sayuran Berdaun di Tasek Gelugor, Pulau Pinang pada 25 Julai 2024.
Good Marketing Practice Course for Leafy Vegetables in Tasek Gelugor, Penang, on 25 July 2024.

KURSUS GALAKAN PELABURAN DAN PEMASARAN TANAMAN BERNILAI TINGGI

Pelaksanaan Kursus Galakan Pelaburan dan Pemasaran Tanaman Bernilai Tinggi ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kemahiran kumpulan sasar dalam pembangunan serta pemasaran tanaman bernilai tinggi selaras dengan keperluan pasaran semasa, bagi meningkatkan pendapatan petani secara mampan. Berikut ialah pencapaian program Kursus Galakan Pelaburan dan Pemasaran Tanaman Bernilai Tinggi bagi tahun 2024 seperti di **Jadual 29**.

HIGH-VALUE CROP INVESTMENT AND MARKETING PROMOTION COURSE

*The implementation of the High-Value Crop Investment and Marketing Promotion Course aims to enhance the knowledge and skills of target groups in the development and marketing of high-value crops in line with current market demands, to sustainably increase farmers' income. The achievements of this course in 2024 are shown in **Table 29**.*



▸ Tn. Hj Ramli bin Man memberikan ceramah mengenai pemprosesan retort bagi cili kepada peserta Kursus Tanaman Bernilai Tinggi Komoditi Cili bertempat di Institut Latihan FAMA, Port Dickson, Negeri Sembilan pada 18 Mei 2024. / *Tn. Hj Ramli bin Man delivered a lecture on retort processing for chili to participants of the High-Value Crop Course on Chili Commodities at the FAMA Training Institute, Port Dickson, Negeri Sembilan, on 18 May 2024.*



▸ Encik Syarbani bin Isnar daripada Jabatan Pertanian Hutan Melintang, Perak menyampaikan taklimat mengenai komoditi kelapa sempena penganjuran Kursus Tanaman Bernilai Tinggi Komoditi Kelapa bertempat di Dewan Masjid Tuminah Hamidi, Bagan Datuk, Perak yang telah diadakan pada 25 Mei 2024. / *Mr. Syarbani bin Isnar from the Department of Agriculture, Hutan Melintang, Perak, delivered a briefing on coconut commodities during the High-Value Crop Course on Coconut Commodities held at Dewan Masjid Tuminah Hamidi, Bagan Datuk, Perak, on 25 May 2024.*



▸ Puan Mastura binti Abdul Aziz dari Teras Maju Resources menyampaikan ceramah mengenai komoditi rock melon sempena penganjuran Kursus Tanaman Bernilai Tinggi Komoditi Rock Melon bertempat di RTC Perak pada 11 Mei 2024. / *Ms. Mastura binti Abdul Aziz from Teras Maju Resources delivered a lecture on rock melon commodities during the High-Value Crop Course on Rock Melon Commodities held at RTC Perak on 11 May 2024.*

Jadual 29. Kursus Galakan Pelaburan dan Pemasaran Tanaman Bernilai Tinggi
Table 29. *High-Value Crop Investment And Marketing Promotion Course*

KURSUS GALAKAN PELABURAN DAN PEMASARAN TANAMAN BERNILAI TINGGI *HIGH-VALUE CROP INVESTMENT AND MARKETING PROMOTION COURSE*			
BIL. *NO.*	**KOMODITI** *COMMODITY*	**2023**	**2024**
		BIL. PESERTA *NO. OF PARTICIPANT*	**BIL. PESERTA** *NO. OF PARTICIPANT*
1.	Kelapa / *Coconut*	125	150
2.	Cili / *Chilli*	110	150
3.	Durian / *Durian*	183	500
4.	Rock Melon / *Rock Melon*	180	100
5.	Nangka / *Jackfruit*	180	-

NEW BREED MARKETING ENTREPRENEUR (NBME)

Program NBME bertujuan melahirkan usahawan baharu berdaya saing dalam sektor agro makanan melalui pengukuhan perniagaan, pendigitalan pemasaran, serta peluasan pasaran bagi meningkatkan pendapatan kumpulan sasar **(Jadual 30)**.

NEW BREED MARKETING ENTREPRENEUR (NBME)

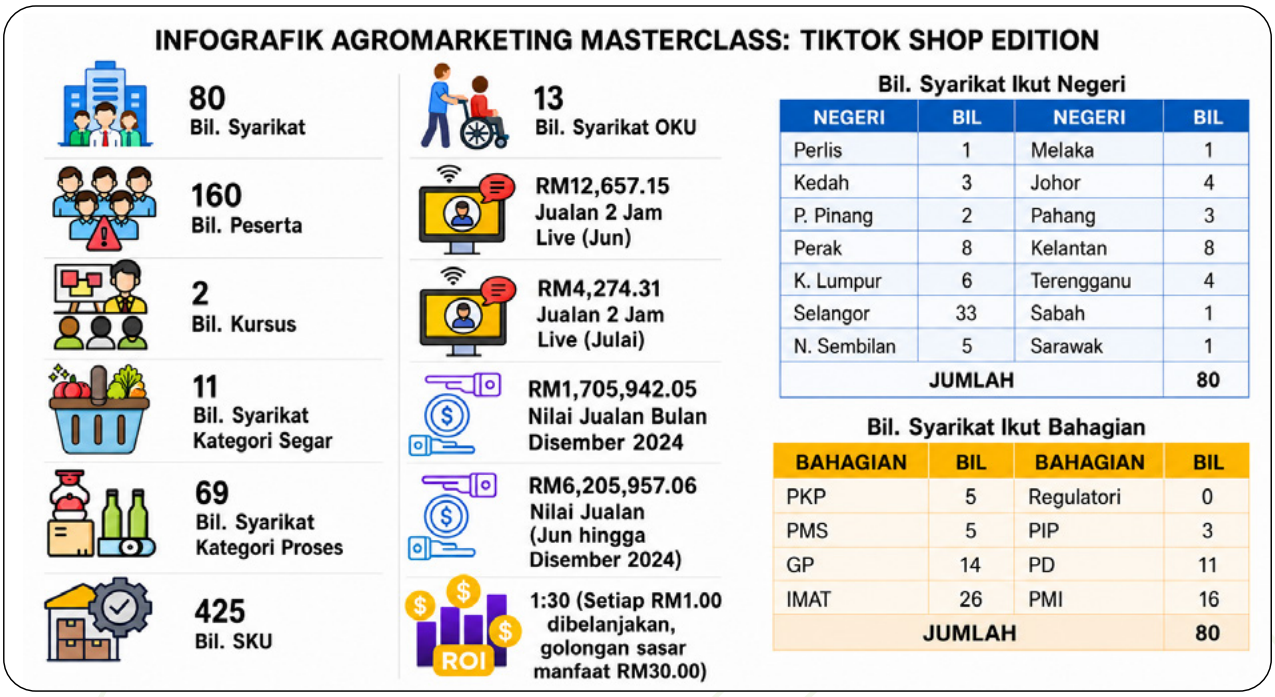
*The NBME programme aims to develop new competitive entrepreneurs in the agri-food sector through business strengthening, marketing digitalization, and market expansion to increase the income of the target groups **(Table 30)**.*

Jadual 30. Pencapaian Program NBME bagi Tahun 2024
Table 30. *NBME Programme Achievement Year 2024*

NBME					
BIL. *NO.*	**PERKARA** *ITEM*	**2023**		**2024**	
		BIL. KURSUS *NO. OF COURSES*	**BIL. PESERTA** *NO. OF PARTICIPANTS*	**BIL. KURSUS** *NO. OF COURSES*	**BIL. PESERTA** *NO. OF PARTICIPANTS*
1.	Usahawan Baharu *New Entrepreneur*	14	100	9	290
2.	Ejen Pemasar *Marketing Agent*	14	3,418	14	2,991
3.	Mentor Mentee *Mentor Mentee*	14	276	19	357



▸ Chef Ustazah dinobatkan Usahawan Terbaik Keseluruhan dengan nilai jualan RM548,172.26 pada Grand Final Live Streaming Competition TikTok Shop di UTM Hotel and Residence, Kuala Lumpur pada 30 November 2024. Anugerah disampaikan Ketua Pengarah FAMA, Encik Abdul Rashid bin Bahri. / *Chef Ustazah was awarded Overall Best Entrepreneur with sales of RM548,172.26 at the Grand Final Live Streaming Competition on TikTok Shop, held at UTM Hotel and Residence, Kuala Lumpur, on 30 November 2024. The award was presented by the Director-General of FAMA, Mr. Abdul Rashid bin Bahri.*



Bil. Syarikat Ikut Negeri

NEGERI	BIL	NEGERI	BIL
Perlis	1	Melaka	1
Kedah	3	Johor	4
P. Pinang	2	Pahang	3
Perak	8	Kelantan	8
K. Lumpur	6	Terengganu	4
Selangor	33	Sabah	1
N. Sembilan	5	Sarawak	1
JUMLAH			80

Bil. Syarikat Ikut Bahagian

BAHAGIAN	BIL	BAHAGIAN	BIL
PKP	5	Regulatori	0
PMS	5	PIP	3
GP	14	PD	11
IMAT	26	PMI	16
JUMLAH			80

▸ Kerjasama Projek Rintis antara FAMA dan TikTok Shop melalui program NBME.
The Pilot Project Collaboration between FAMA and TikTok Shop through the NBME programme.



▸ Peserta bergambar bersama Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan), En. Faisal Iswardi bin Ismail serta delegasi semasa program perasmian NBME, Ejen Pemasar Negeri Kedah yang berlangsung pada 6 Mac 2024 di Politeknik Tuanku Sultanah Bahiyah, Kulim, Kedah.
Participants took a group photo with the Deputy Director-General (Development), Mr. Faisal Iswardi bin Ismail, and the delegation during the NBME inauguration programme for State Marketing Agents of Kedah, held on 6 March 2024 at Politeknik Tuanku Sultanah Bahiyah, Kulim, Kedah

GALAKAN PASARAN

Kempen Galakan Pasaran Domestik merupakan kempen yang dilaksanakan sepanjang tahun untuk kumpulan sasar seperti pengguna yang terdiri daripada pelajar sekolah dan pemain industri bagi meningkatkan penggunaan sayur-sayuran dan buah-buahan. Kempen dilaksanakan di media-media yang sesuai dan outlet terpilih serta sekolah. Antara objektif hebahan, promosi, publisiti kempen dan advokasi adalah seperti berikut:

i. Meningkatkan penggunaan buah-buahan, sayur-sayuran dan ulam-ulaman, hasil ternakan tempatan dan produk hiliran industri makanan tempatan.

MARKET PROMOTION

Domestic Market Promotion Campaign is conducted throughout the year targeting groups such as consumers which consists of school students, and industry players to increase the consumption of vegetables and fruits. The campaign is implemented through suitable media channels, selected outlets, and schools. The objectives of the campaign's publicity, promotion, advocacy, and awareness activities are as follows:

i. To increase the consumption of fruits, vegetables, local herbs, livestock products, and downstream local food industry products.

ii. Memberikan kesedaran kepada golongan muda terutamanya pelajar sekolah berkaitan kepentingan dan khasiat penggunaan hasil pertanian tempatan.
iii. Mempromosikan kaedah pengendalian yang betul dan cara masakan yang menarik dan berkhasiat.

Antara kaedah promosi yang dilaksanakan ialah melalui pengiklanan di media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, pengiklanan di media massa seperti televisyen, radio dan suratkhabar, demonstrasi masakan dan uji rasa serta kerjasama bersama chef selebriti, *blogger* atau pempengaruh *(influencer)*.

Program pameran perdagangan domestik pula merupakan pameran yang memberi peluang kepada usahawan dalam industri agromakanan menambah luang pasaran bagi segmen institusi dan meningkatkan rangkaian pemasaran termasuk pasaran antarabangsa. Penganjuran karnival jualan pula membantu usahawan menjual secara terus kepada pengguna secara tidak langsung dapat meningkatkan jualan dalam segmen runcit. Objektif penganjuran pameran perdagangan domestik ialah untuk meningkatkan nilai jualan dan pendapatan usahawan dan seterusnya dapat meningkatkan permintaan terhadap hasil pertanian tempatan di samping dapat memperluaskan dan menyediakan luang pasaran baru kepada usahawan sedia ada di dalam dan luar negara.

Merujuk kepada **Jadual 31**, terdapat penurunan 58 peratus secara keseluruhan dalam perbandingan pencapaian program Galakan Pasaran bagi tahun 2023 dan 2024. Ini adalah disebabkan program-program yang telah dilaksanakan pada tahun 2023 melebihi sasaran yang ditetapkan. Namun begitu pada tahun 2024, terdapat peningkatan sebanyak 75 peratus dalam program agrofiesta di pasaraya.

ii. To raise awareness among young people, especially school students, about the importance and nutritional benefits of consuming local agricultural produce.
iii. To promote proper handling methods and attractive, nutritious cooking techniques.

Promotion methods implemented include advertising on social media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, and YouTube; mass media advertising on television, radio, and newspapers; cooking demonstrations and taste testing; and collaborations with celebrity chefs, bloggers, or influencers.

The domestic trade exhibition programme provides opportunities for agri-food industry entrepreneurs to expand market reach within the institutional segment and enhance marketing networks, including access to international markets. Organizing sales carnivals also helps entrepreneurs sell directly to consumers, indirectly increasing retail sales. The objectives of domestic trade exhibitions are to increase entrepreneurs' sales value and income, thereby boosting demand for local agricultural produce while expanding and creating new market opportunities for existing entrepreneurs both locally and internationally.

*Referring to **Table 31**, there was an overall 58 percent decrease in the comparison of the achievements of the Domestic Market Promotion programme for the years 2023 and 2024. This is due to the programmes implemented in 2023 exceeding the set targets. However, in 2024, there was a 75 percent increase in the agrofiesta programmes held at supermarkets.*

Jadual 31. Perbandingan Pencapaian Program Galakan Pasaran bagi Tahun 2023 dan 2024
Table 31. *Comparison of Market Promotion Programme Achievements for Year 2023 and 2024*

BIL. *NO.*	NAMA PROGRAM *PROGRAMME NAME*	PENCAPAIAN 2023 *ACHIEVEMENT 2023*	PENCAPAIAN 2024 *ACHIEVEMENT 2024*
1	Hebahan, Promosi, Publisiti Kempen Domestik Galakan Pasaran / *Publicity, Promotion, and Campaign ublicity for Domestic Market Promotion*	272	38
2	Agrofiesta di Pasaraya / *Agrofiesta in Supermarkets*	2	8
3	Pameran Perdagangan Domestik / *Domestic Trade Exhibitions*	4	1
4	Hebahan dan Promosi Produk IAT di Outlet Jualan dan Agrobazaar Online / *Publicity and Promotion of IAT Products at Sales Outlets and Online Agrobazaars*	286	186
5	Karnival IAT / *IAT Carnival*	4	3
	JUMLAH / *TOTAL*	**568**	**236**



Majlis Pelancaran Food Empire dan Viral Food Valley di Pameran MAHA 2024, MAEPS, Serdang pada 11 hingga 22 September 2024. / *Opening Ceremony of Food Empire and Viral Food Valley at MAHA 2024 Exhibition, MAEPS, Serdang, from 11 to 22 September 2024.*



FAMA Fest 2024@Kelantan pada 24 hingga 28 Julai 2024. / *FAMA Fest 2024@Kelantan on 24 to 28 July 2024.*

KONSULTASI DAN BIMBINGAN PEMBANGUNAN EKSPORT

Bagi memperkukuh keupayaan usahawan tempatan menembusi pasaran antarabangsa, FAMA telah mengambil inisiatif untuk melaksanakan aktiviti pembangunan eksport seperti penganjuran kursus dan bimbingan usahawan berkaitan eksport.

Kursus North America Market Exploration telah diadakan pada 28 hingga 29 Mei 2024 dengan kerjasama Pejabat Pertanian Perwakilan di Washington. D.C dan agen pemasar Amerika Syarikat iaitu Syarikat Enescorp International LLC bertujuan memberi peluang kepada usahawan PKS Agromakanan Malaysia

EXPORT DEVELOPMENT CONSULTATION AND GUIDANCE

To strengthen the capability of local entrepreneurs to enter international markets, FAMA has initiated export development activities, including courses and guidance for entrepreneurs on export-related matters.

The North America Market Exploration Course was held from 28 to 29 May 2024, in collaboration with the Agricultural Office in Washington, D.C., and the U.S. marketing agent, Enescorp International LLC. The course aimed to provide Malaysian agri-food SMEs with the opportunity to explore the U.S. market while learning

untuk meneroka pasaran Amerika Syarikat di samping mempelajari pendaftaran FDA bagi memenuhi syarat eksport produk ke negara tersebut.

Antara pengisian program adalah sesi penilaian produk oleh penceramah berhubung pelabelan dan pembungkusan produk bagi memenuhi syarat-syarat kemasukan produk ke pasaran Amerika Syarikat.

Turut diadakan sesi perkongsian bersama usahawan berkaitan pengenalan tatacara kemasukan produk ke pasaran Amerika Syarikat oleh Puan Yasmin binti Karim, daripada Syarikat Doluvo Sdn. Bhd.

Sebanyak 22 syarikat PKS agromakanan Malaysia melibatkan 40 peserta terpilih bagi mengikuti kursus yang dianjurkan.

about FDA registration requirements necessary for exporting products to the United States.

Programme activities included product assessment sessions conducted by speakers, focusing on product labeling and packaging to meet the entry requirements for the U.S. market.

The programme also featured a sharing session with entrepreneurs on procedures for entering the U.S. market, delivered by Ms. Yasmin binti Karim from Doluvo Sdn. Bhd.

A total of 22 Malaysian agrofood SMEs, comprising 40 selected participants, attended the course.



▸ Sesi Taklimat Kursus North America Market Exploration di Royale Chulan, Damansara pada 28 hingga 29 Mei 2024.
Briefing Session for the North America Market Exploration Course at Royale Chulan, Damansara, on 28 to 29 May 2024.

PROGRAM AGROPRENEUR MUDA

Program Agropreneur Muda (PAM) ini diwujudkan untuk golongan muda yang berumur antara 18 hingga 45 tahun. Program ini bertujuan untuk membantu dan menggalakkan penglibatan golongan muda dalam bidang keusahawanan agro berasaskan aktiviti di sepanjang rantaian nilai sektor pertanian seperti pengeluaran tanaman, ternakan dan perikanan serta industri makanan dan asas tani.

YOUNG AGROPRENEUR PROGRAMME

The Agropreneur Muda Programme (PAM) was established for young individuals aged between 18 and 45 years. This programme aims to assist and encourage youth participation in agro-based entrepreneurship across activities along the agricultural sector value chain, including crop production, livestock, fisheries, as well as the food and agro-based industries.

Geran Agropreneur Muda (GAM) merupakan inisiatif strategik kerajaan dalam menyokong usahawan tani muda mengurangkan beban kos modal permulaan perniagaan. Bantuan ini disalurkan dalam bentuk barangan (in-kind) sama ada projek tanaman serta industri Makanan dan Asas Tani. Sebagai pemacu pertumbuhan usahawan baharu, geran ini bersifat bantuan penuh tanpa keperluan bayaran balik.

Hasil dan impak pemberian geran disasarkan memberi faedah ekonomi kepada penerima geran dan perniagaan untuk jangka masa panjang kepada usahawan bimbingan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA), selain dapat memangkin pengembangan ekonomi mikro setempat.

Objektif program ini adalah seperti yang berikut:

1. Menarik golongan muda berumur di antara 18 hingga 45 tahun untuk menceburi bidang pertanian.
2. Mengubah persepsi golongan muda terhadap sektor pertanian sebagai industri yang berdaya maju.
3. Meningkatkan pendapatan agropreneur muda melalui peningkatan produktiviti pengeluaran, kualiti produk dan penggunaan teknologi dan inovasi serta penyediaan pasaran yang kompetitif.
4. Menjadikan industri agromakanan sebagai bidang kerjaya masa depan yang menjana pendapatan yang mampan.
5. Menyokong pembangunan graduan lepasan Kolej Pertanian.

Pada tahun 2024, sejumlah 105 Geran Agropreneur Muda telah diluluskan kepada usahawan di seluruh negara.

The Agropreneur Young Grant (GAM) is a strategic government initiative provided to young agropreneurs to help reduce the burden of financial costs in running their start-up businesses. The grant is provided in the form of in-kind support for crop cultivation projects as well as Food and Agro-based industries. As a catalyst for the growth of new entrepreneurs, this grant is offered as a full assistance scheme with no repayment required.

The outcomes and impact of the grant are intended to provide long-term economic benefits to the grant recipients and their businesses under the guidance of the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA), while also catalyzing the growth of local micro-economies.

The objectives of this programme are as follows:

1. *To attract young individuals aged between 18 and 45 years to engage in the agricultural sector.*
2. *To change the perception of youth towards the agricultural sector as a viable and progressive industry.*
3. *To increase the income of young agropreneurs through enhanced production productivity, improved product quality, adoption of technology and innovation, and provision of competitive market access.*
4. *To position the agri-food industry as a future career field that generates sustainable income.*
5. *To support the development of graduates from Agricultural Colleges.*

In 2024, a total of 105 Young Agropreneur Grants were approved for entrepreneurs nationwide.





▸ Penyerahan Peralatan Geran Agropreneur Muda kepada usahawan bimbingan FAMA Kelantan En. Ahmad Nazif Akmal bin Mohamad Hazimin pada 10 November 2024. / *Handover of Young Agropreneur Grant Equipment to the FAMA Kelantan-guided entrepreneur, Mr. Ahmad Nazif Akmal bin Mohamad Hazimin, on 10 November 2024.*





▸ Penyerahan Peralatan Geran Agropreneur Muda kepada usahawan bimbingan FAMA Terengganu, Puan Noor Adila binti Ismail pada 13 November 2024. / *Handover of Young Agropreneur Grant Equipment to the FAMA Terengganu-guided entrepreneur, Ms. Noor Adila binti Ismail, on 13 November 2024*

Kursus Modal Insan dan Teknikal Agropreneur Muda

Program ini merupakan salah satu inisiatif Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) dan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) untuk menggalakkan penglibatan golongan B40 di dalam sektor pertanian dan industri makanan melalui perkongsian dan pemindahan maklumat pertanian kepada usahawan-usahawan yang berminat.

Human Capital and Technical Course for Agropreneur Muda

This programme is one of the initiatives by the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) and the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) to encourage the participation of the B40 group in the agriculture and food industry sectors through knowledge sharing and transfer of agricultural information to interested entrepreneurs.

Fokus kursus teknikal bagi tahun 2024, adalah menjurus kepada aspek pemasaran, di mana pemasaran digital melalui platform media sosial dan penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* diberikan penekanan bagi membantu usahawan mengembangkan dan membina jenama perniagaan selaras dengan perkembangan teknologi semasa, disamping turut memberikan kursus teknikal yang bersesuaian.

The theme for the technical courses in 2024 focuses on marketing, emphasizing digital marketing through social media platforms and the use of Artificial Intelligence (AI) to help entrepreneurs expand and build their business branding in line with current technological developments, while also providing suitable technical courses.

Pada tahun 2024, FAMA telah melaksanakan sebanyak 27 kursus teknikal FAMA *Agropreneur Tour (FAT)* dan Modal Insan (MI) di seluruh negara.

In 2024, FAMA conducted a total of 27 technical courses under the FAMA Agropreneur Tour (FAT) and Human Capital (MI) programmes nationwide.







▸ Program FAMA Agropreneur Tour (FAT) di Johor, pelaksanaan Kursus Asas Pembangunan Produk dan Service pada 15 Julai 2024. / *FAMA Agropreneur Tour (FAT) Programme in Johor, implementation of the Basic Product and Service Development Course on 15 July 2024.*







▸ Program Modal Insan (MI) di Kuala Lumpur, Kursus Aplikasi Teknologi Retort pada 18 Julai 2024.
Human Capital (MI) Programme in Kuala Lumpur, implementation of the Retort Technology Application Course on 18 July 2024.

PROGRAM REZEKI TANI

Program Rezeki Tani merupakan satu inisiatif di bawah Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) melalui Bahagian Industri Makanan dan Asas Tani sebagai usaha bersepadu kerajaan untuk membasmi kemiskinan dan meningkatkan pendapatan rakyat melalui pelaksanaan projek ekonomi berkaitan sektor pertanian, yang merangkumi elemen-elemen berikut:

REZEKI TANI PROGRAMME

The Rezeki Tani Programme is an initiative under the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) through the Food Industry and Agro-based Industry Division as an integrated government effort to eradicate poverty and increase the income of the people through the implementation of economic projects related to the agricultural sector, which includes the following elements:

Pertanian
Projek tanaman jangka pendek. Contoh sayur-sayuran, cili dan herba.

Agriculture
Short-term crop cultivation projects. Examples include vegetables, chilli, and herbs.

Penternakan
Penambahan input kepada projek sedia ada.

Livestock
Provision of additional inputs to existing projects.

Pemasaran
Aktiviti pengedaran dan penjualan hasil pertanian, ternakan dan perikanan. Pemprosesan dan pemasaran produk makanan dan bukan makanan berasaskan pertanian termasuk jualan makanan dan minuman.

Marketing
Distribution and sales activities of agricultural, livestock, and fishery products. Processing and marketing of food and non-food products based on agriculture, including the sale of food and beverages.

Perikanan
Penambahan input kepada projek ternakan ikan

Fisheries
Provision of additional inputs to livestock projects.

Program ini memberikan keutamaan kepada projek ekonomi berimpak pantas (quick win) yang berupaya menjana pulangan dalam jangka masa pendek. Kriteria utama projek adalah seperti berikut:

- **Tempoh Hasil yang Singkat:** Keupayaan untuk mengeluarkan hasil dalam tempoh tiga (3) hingga enam (6) bulan pelaksanaan.
- **Pulangan Berprestasi Tinggi:** Menjanjikan pulangan pelaburan yang signifikan dan pantas.
- **Kebolehpasaran dan Potensi Pertumbuhan:** Produk mempunyai permintaan pasaran yang tinggi serta ruang untuk pengembangan skala perniagaan.
- **Relevan dengan Persekitaran:** Pelaksanaan projek disesuaikan dengan ekosistem dan sumber persekitaran tempatan.
- **Daya Maju dan Daya Saing:** Mempunyai model perniagaan yang mampan dan kompetitif di pasaran.

The programme prioritises quick-win economic projects that are capable of generating returns in the short term. The main project criteria are as follows:

- ***Short production cycle:*** *Ability to produce output within three (3) to six (6) months of implementation.*
- ***High-performance returns:*** *Promising significant and rapid return on investment.*
- ***Marketability and growth potential:*** *Products have strong market demand and potential for business expansion.*
- ***Environmental relevance:*** *Project implementation is adapted to the local ecosystem and environmental resources.*
- ***Sustainability and competitiveness:*** *Possesses a sustainable and competitive business model in the market.*

Objektif utama pelaksanaan Program Rezeki Tani dirangka khusus untuk mencapai matlamat berikut:

- **Peningkatan Pendapatan Ekonomi Membantu:** meningkatkan taraf ekonomi dan pendapatan peserta melalui pelaksanaan projek berasaskan industri agromakanan yang mampan.
- **Pemerkasaan Kompetensi dan Daya Saing:** Mempertingkat pengetahuan, kemahiran teknikal, serta daya saing peserta menerusi siri latihan praktikal dan bimbingan kepakaran yang intensif.
- **Pembangunan Usahawan Agro Berpotensi:** Mengenal pasti dan menyaring peserta yang berpotensi tinggi untuk dibimbing ke peringkat lebih maju sebagai usahawan agro yang kompetitif di pasaran.

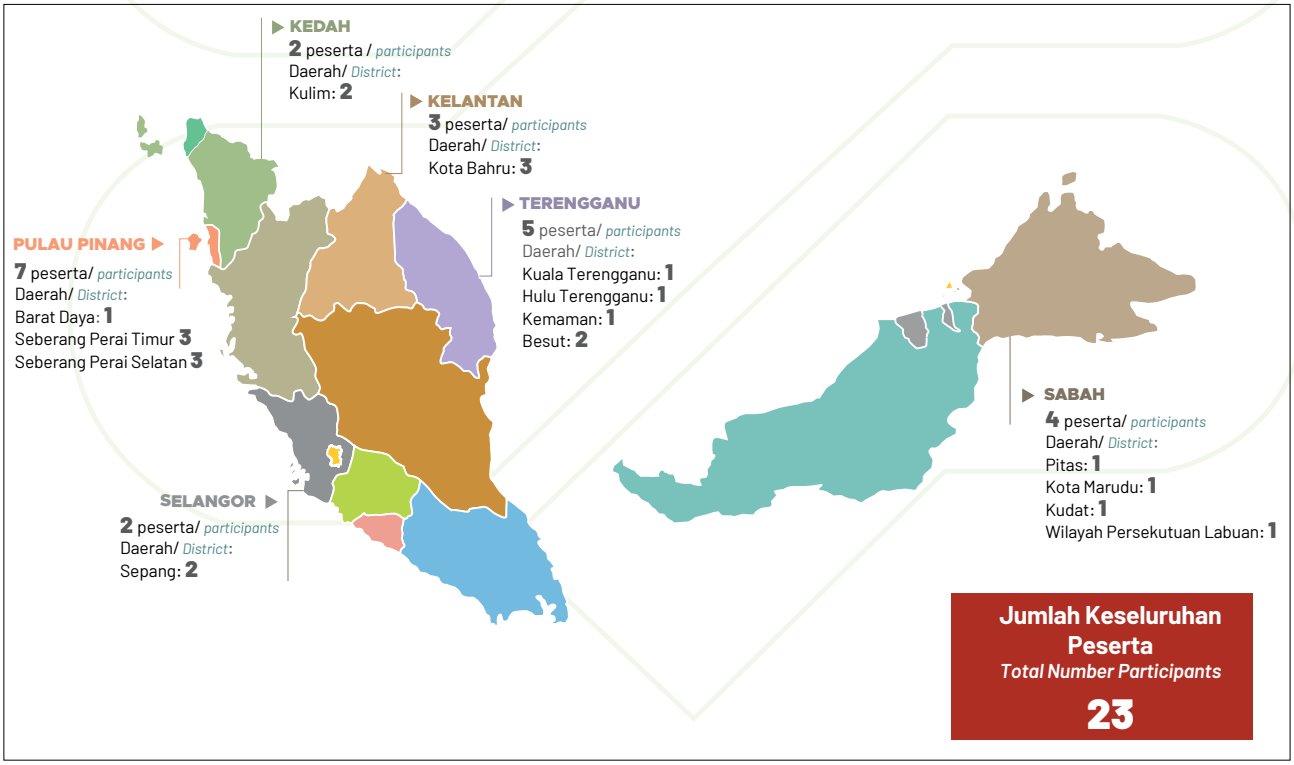
The main objectives of the implementation of the Rezeki Tani Programme are specifically designed to achieve the following goals:

- ***Increase in economic income:*** *To help improve the economic status and income of participants through the implementation of sustainable agri-food industry-based projects.*
- ***Empowerment of competence and competitiveness:*** *To enhance participants' knowledge, technical skills, and competitiveness through intensive practical training and expert guidance sessions.*
- ***Development of potential agro-entrepreneurs:*** *To identify and screen high-potential participants to be further developed into more advanced agro-entrepreneurs who are competitive in the market.*

Sepanjang tahun 2024, seramai 23 orang peserta telah menerima manfaat di bawah Program Rezeki Tani, berbanding 36 peserta pada tahun sebelumnya sekali gus menjadikan jumlah kumulatif peserta di bawah program ini mencecah 107 orang sehingga Disember 2024.

Throughout 2024, a total of 23 participants benefited under the Rezeki Tani Programme, compared to 36 participants in the previous year bringing the cumulative total of participants under this programme to 107 as of December 2024.

Rajah 47. Pencapaian Program Rezeki Tani bagi Tahun 2024 mengikut Negeri.
Figure 47: *Performance of the Rezeki Tani Programme for the Year 2024 by State.*







▸ Usahawan Rezeki tani mengikuti Taklimat Home-Based pada 9 Disember 2024 di Bilik Taklimat, Pertubuhan Peladang Kawasan Kota Marudu / *Rezeki Tani entrepreneurs attended a Home-Based briefing on 9 December 2024 at the Briefing Room, Kota Marudu Area Farmers' Organization.*





▸ Penyerahan Peralatan kepada Encik Yusmadi bin Mohd Azemi pada 17 November 2024 di Kampung Tanjung Baru, Kelantan. / *Handover of equipment to Mr. Yusmadi bin Mohd Azemi on 17 November 2024 at Kampung Tanjung Baru, Kelantan.*

PENYEBARAN MAKLUMAT

FAMA memberi penekanan terhadap aspek penyebaran maklumat pasaran secara meluas, telus dan mudah difahami. Maklumat yang telah dikumpul dan dianalisis diterjemahkan ke dalam bentuk grafik, infografik, laporan ringkas dan video yang sesuai untuk semua golongan sasar termasuk petani, usahawan tani, pemborong, peruncit serta pengguna akhir. Penyebaran maklumat dilakukan secara konsisten dan berkesan melalui pelbagai saluran media sosial yang menjadi komunikasi rasmi FAMA seperti laman web, media sosial termasuk *Facebook, X, WhatsApp* dan *YouTube* bagi memastikan maklumat sampai kepada golongan sasar dengan pantas dan tepat. Pendekatan pelbagai platform ini membolehkan capaian maklumat yang meluas, termasuk kepada komuniti di peringkat akar umbi.

Selain itu, sistem amaran awal (early warning system) turut disebarkan melalui saluran media sosial ini untuk memberi makluman segera kepada pengeluar dan pengguna berkenaan perubahan harga pasaran, gangguan bekalan atau pola permintaan luar jangka. Maklumat ini dipersembahkan dalam bentuk infografik yang mudah difahami, membolehkan pengguna membuat keputusan dengan cepat dan tepat contohnya pengguna dapat merancang pembelian alternatif, melaraskan kuantiti pengeluaran atau mengatur logistik dengan lebih efisien.

Mekanisme ini bukan sahaja membantu pengusaha dalam pengurusan risiko perniagaan dan penyesuaian strategi pasaran, malah memberi manfaat kepada pengguna untuk merancang perbelanjaan harian dengan lebih bijak. Secara tidak langsung, ia menyumbang kepada usaha mengawal kos sara hidup rakyat dan meningkatkan kecekapan keseluruhan sistem agromakanan negara.

Selain itu, FAMA turut memperkukuh penyampaian maklumat pasaran melalui pelaksanaan platform AGROMASA yang boleh diakses menerusi portal rasmi FAMA. Platform ini memaparkan artikel-artikel semasa berkaitan isu dan perkembangan dalam sektor pertanian dan agromakanan. Artikel ini ditulis oleh pegawai-pegawai FAMA meliputi pelbagai topik penting seperti trend harga terkini, laporan kajian, import eksport negara, dasar-dasar semasa, teknologi pertanian, serta cadangan strategi yang relevan untuk pengusaha dan pemegang taruh industri.

Platform AGROMASA berfungsi sebagai sumber rujukan yang berinformasi dan berwibawa, bukan sahaja kepada usahawan dan pengeluar, tetapi

INFORMATION DISSEMINATION

FAMA places emphasis on the wide, transparent, and easily understandable dissemination of market information. The data collected and analysed is transformed into graphics, infographics, concise reports, and videos suitable for all target groups, including farmers, agricultural entrepreneurs, wholesalers, retailers, and end consumers. Information is consistently and effectively shared through various social media channels that serve as FAMA's official communication platforms, such as the website, Facebook, X, WhatsApp, and YouTube, ensuring that the target groups receive information quickly and accurately. This multi-platform approach allows for extensive information reach, including to grassroots communities.

In addition, an early warning system is also disseminated through these social media channels to provide immediate updates to producers and consumers regarding market price changes, supply disruptions, or unexpected demand patterns. This information is presented in easily understandable infographics, enabling users to make rapid and informed decisions—for example, planning alternative purchases, adjusting production quantities, or optimizing logistics more efficiently.

This mechanism not only helps entrepreneurs in business risk management and market strategy adjustment but also benefits consumers in planning their daily expenditures more wisely. Indirectly, it contributes to controlling the cost of living and enhancing the overall efficiency of the country's agri-food system.

Furthermore, FAMA strengthens market information delivery through the AGROMASA platform, accessible via FAMA's official portal. This platform features current articles related to issues and developments in the agriculture and agri-food sectors. Articles are authored by FAMA's officers covering important topics such as latest price trends, research reports, national import-export data, current policies, agricultural technologies, and relevant strategic recommendations for entrepreneurs and industry stakeholders.

The AGROMASA platform serves as an authoritative and informative reference source, not only for entrepreneurs and producers but also for individuals

juga kepada pelbagai individu yang berminat dalam aktiviti pertanian untuk memahami perkembangan dan hala tuju sektor agromakanan negara. Platform ini menyediakan pelbagai maklumat terkini seperti laporan pasaran, analisis data bekalan dan permintaan, tren harga, serta isu-isu semasa berkaitan agromakanan. Selain itu, AGROMASA juga berperanan sebagai medium penyebaran maklumat dasar, strategi pembangunan sektor, serta inisiatif kerajaan dalam memajukan industri pertanian secara mampan dan berdaya saing.

interested in agriculture who wish to understand the developments and direction of the country's agri-food sector. It provides a wide range of up-to-date information, including market reports, supply and demand data analysis, price trends, and current issues related to agri-food. Additionally, AGROMASA functions as a medium for disseminating policy information, sector development strategies, and government initiatives aimed at advancing the agricultural industry in a sustainable and competitive manner.



PEMERKASAAN DASAR DAN REGULASI PEMASARAN
STRENGTHENING OF MARKETING POLICIES AND REGULATIONS

Pemerkasaan dasar dan regulasi pemasaran FAMA dilaksanakan melalui pembangunan dan penguatkuasaan standard gred serta pematuhan Peraturan GPL yang disokong oleh program pendidikan dan advokasi, bagi meningkatkan kualiti produk tempatan, memperkukuh integriti rantaian pemasaran dan seterusnya meningkatkan daya saing usahawan di pasaran domestik serta antarabangsa. Justeru itu, FAMA terus memastikan peranan regulasi pasaran sentiasa dilaksanakan menerusi aktiviti berikut:

i. Pembangunan Standard dan Kualiti
ii. Inspektorat Kualiti
iii. Kawalan
iv. Pelesenan
v. Penguatkuasaan
vi. Pemeriksaan Kualiti Hasil Pertanian
vii. Kursus Amalan Pemasaran Baik dan Kursus Galakan Pelaburan dan Pemasaran Tanaman Bernilai Tinggi

The strengthening of FAMA's marketing policies and regulations is implemented through the development and enforcement of grading standards, as well as compliance with GPL Regulations supported by education and advocacy programmes. These initiatives aim to enhance the quality of local products, strengthen the integrity of the marketing supply chain, and subsequently improve the competitiveness of entrepreneurs in both domestic and international markets. Accordingly, FAMA continues to ensure that its market regulatory role is consistently carried out through the following activities:

i. Development of Standards and Quality
ii. Quality Inspectorate
iii. Control
iv. Licensing
v. Enforcement
vi. Agricultural Produce Quality Inspection
vii. Good Marketing Practices Course and High-Value Crop Investment and Marketing Promotion Course

PEMBANGUNAN KUALITI DAN PENGHARMONIAN STANDARD

FAMA Standard telah dibangunkan sebagai rujukan bagi aktiviti penggredan, pembungkusan dan pelabelan yang betul oleh kumpulan sasar di peringkat peruncitan, pemborongan, pengimportan dan pengeksportan bagi pematuhan Peraturan GPL. Pematuhan ini memastikan pengeluaran pertanian mencapai satu piawaian yang baik serta dapat diterima dalam pasaran domestik dan antarabangsa. Pada tahun 2024, dua (2) FAMA Standard (FS) FS 008:2024 Cili (*Capsicum annum* L. - Ulang Kaji Kedua dan FS 014:2024 Limau Bali/ Pomelo (*Citrus maxima* (Burm) merr. *Syn. Citrus grandis* (L.) Osbek (FS 009: 2023 - Ulang Kaji Pertama) telah disemak dan diharmonikan bersama standard sedia ada bagi mencapai keperluan pasaran domestik dan antarabangsa seperti di **Rajah 48**.

Manakala dua (2) **Malaysian Standard (MS)** telah dibangun dan diharmonikan pada tahun 2024 seperti di **Rajah 49**.

QUALITY DEVELOPMENT AND STANDARDS HARMONISATION

*The **FAMA Standards** developed serve as reference guidelines for the proper implementation of grading, packaging, and labelling by target groups at the retail, wholesale, import, and export levels in compliance with the GPL Regulations. This compliance ensures that agricultural produce meets established quality standards and is acceptable in both domestic and international markets. In 2024, two (2) FAMA Standards (FS) were reviewed and harmonised with existing standards to meet domestic and international market requirements, namely FS 008:2024 Chilli (Capsicum annuum L.) - Second Revision and FS 014:2024 Pomelo (Citrus maxima (Burm.) Merr., syn. Citrus grandis (L.) Osbeck) (FS 009:2023 - First Revision), as illustrated in **Figure 48**.*

*Meanwhile, two (2) **Malaysian Standards (MS)** were developed and harmonised in 2024, as shown in **Figure 49.***

Rajah 48. FAMA Standard bagi Keluaran Pertanian Cili dan Limau Bali /Pomelo
Figure 48. *FAMA Standards for Agricultural Produce - Chilli and Pomelo*





i. MS 885:2024 Fresh mangoes (*Mangifera indica* L.) – Specification (Second revision)

ii. MS 1146:2024 Fresh bitter gourds (*Momordica charantia* L.) – Specification (First revision)

i. MS 885:2024 Fresh mangoes (Mangifera indica L.) – Specification (Second revision)

ii. MS 1146:2024 Fresh bitter gourds (Momordica charantia L.) – Specification (First revision)

Rajah 49. Malaysian Standard bagi Keluaran Pertanian Mangga dan Peria
Rajah 49. *Malaysian Standard for Agricultural Products Mango and Bitter Gourd*





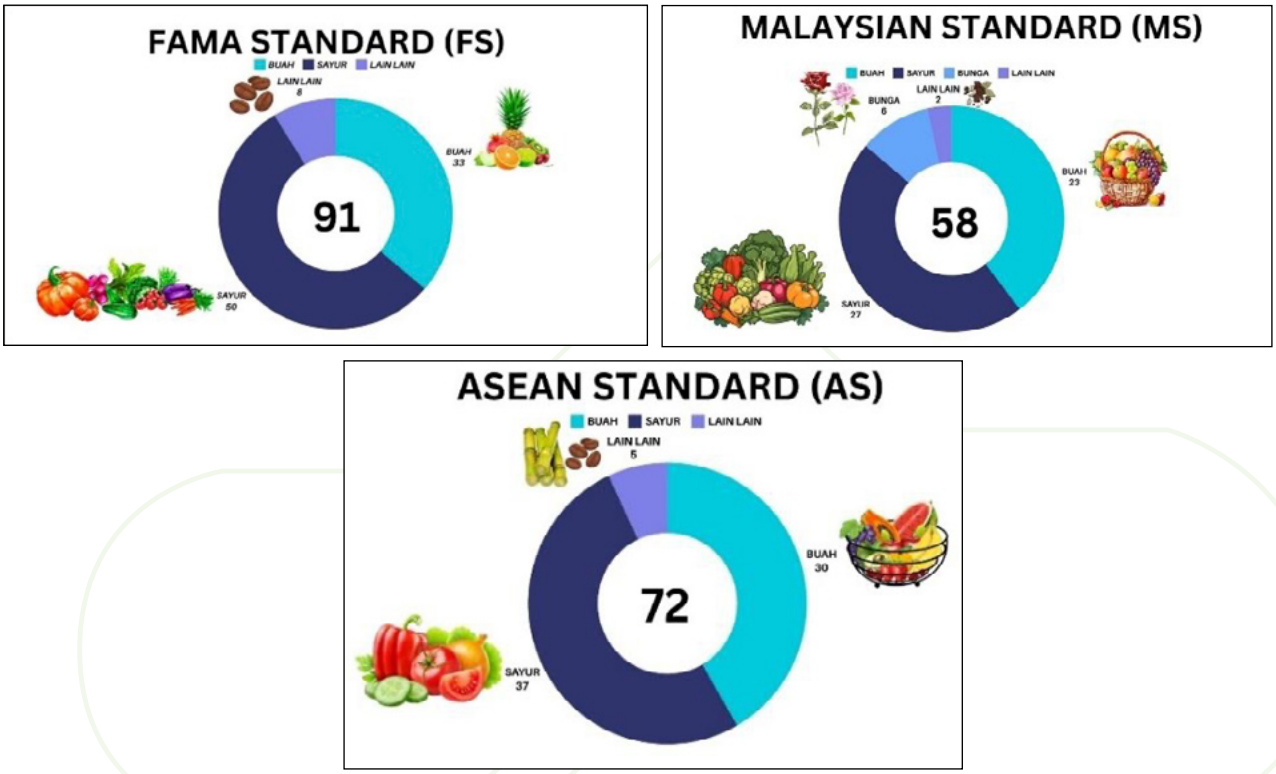
Manakala dua (2) **ASEAN Standard** telah diharmonikan bagi keluaran pertanian lobak merah dan markisa.

Sehingga Disember 2024, pencapaian Pembangunan Standard FAMA, Malaysian dan ASEAN adalah seperti di **Rajah 50**.

Meanwhile, two (2) ***ASEAN Standards*** *were harmonised for agricultural produce, namely carrot and passion fruit.*

Overall, the cumulative achievements up to 2024 in the Standards development of FAMA, Malaysian and ASEAN are as illustrated in ***Figure 50****.*

Rajah 50. Pencapaian Pembangunan dan Pengharmonian FAMA Standard, Malaysian Standard dan Asean Standard sehingga 31 Disember 2024 (Terkumpul)
Figure 50: *Achievements in the Development and Harmonisation of FAMA Standards, Malaysian Standards and Asean Standards as at 31st December 2024 (Cumulative)*



Pengumpulan Data Primer

Pada tahun 2024, pengumpulan data primer dan sekunder bagi keluaran pertanian pitaya dan jagung manis telah dilaksanakan dengan pelbagai peringkat kumpulan dalam rantaian pemasaran iaitu petani, pemborong dan pengeksport serta bekerjasama antara agensi seperti Institut Penyelidikan dan Kemajuan Pertanian Malaysia (MARDI) dan Jabatan Pertanian Malaysia (DOA) di seluruh Malaysia bagi memastikan standard yang dibangunkan memiliki nilai kebolehpercayaan (reliability) dan keterlihatan (visibility) untuk digunapakai oleh semua kumpulan sasar.

Primary Data Collection

In 2024, the collection of primary and secondary data for agricultural produce, namely pitaya and sweet corn, was carried out across various stakeholder levels within the marketing chain, including farmers, wholesalers, and exporters. This initiative was also implemented in collaboration with agencies such as Malaysian Agricultural Research and Development Institute (MARDI) and the Department of Agriculture (DOA) throughout Malaysia to ensure that the standards developed possess reliability and visibility for adoption by all target groups.



Proses Pengumpulan Data Primer
Primary Data Collection Process

INSPEKTORAT KUALITI

Inspektorat Kualiti dilaksanakan melalui pemantauan terhadap pematuhan Peraturan GPL 2008 dan amalan pemasaran baik berkaitan kualiti, gred dan standard keluaran pertanian. Ia dilaksanakan melalui latihan amali dan penerangan Peraturan GPL 2008 kepada kumpulan sasar di peringkat peruncitan dan pemborongan. Sepanjang tahun 2024, sebanyak 83 aktiviti inspektorat telah dilaksanakan di seluruh negara iaitu melebihi dari sasaran asal iaitu 80 aktiviti. Antara aktiviti inspektorat yang dilaksanakan adalah pemeriksaan pematuhan Peraturan GPL di premis, program taklimat dan *hands-on* Peraturan GPL di lapangan dan menghebahkan informasi berkaitan Peraturan GPL 2008 dan kepentingan mematuhinya kepada kumpulan sasar sama ada melalui pameran, cetakan risalah dan infografik ataupun terbitan video advokasi.

QUALITY INSPECTORATE

The Quality Inspectorate is implemented through monitoring compliance with the GPL 2008 Regulations and good marketing practices related to the quality, grading, and standards of agricultural produce. This is carried out through practical training and briefings on the GPL 2008 Regulations for target groups at the retail and wholesale levels. Throughout 2024, a total of 83 inspectorate activities were conducted nationwide, exceeding the target of 80 activities. Key inspectorate activities included compliance inspections of GPL Regulations at premises, field briefings and hands-on GPL training, and dissemination of information regarding the GPL 2008 Regulations and the importance of compliance to target groups through exhibitions, printed brochures and infographics, as well as advocacy video publications.





▸ Taklimat dan Hands-On Inspektorat Peraturan GPL sempena Kursus Amalan Pemasaran Baik, Kualiti dan Gred Komoditi Bendi di Dewan Mokara, Institut Latihan MARDI, Serdang pada 14 Februari 2024. Kursus ini dihadiri seramai 30 orang peserta ladang kontrak anjuran FAMA Selangor. / *Briefing and Hands-On GPL Regulations Inspectorate as part of the Good Marketing Practices, Quality, and Commodity Grading Course for Okra, held at Dewan Mokara, MARDI Training Institute, Serdang, on 14 February 2024. The course was attended by 30 participants from contract farms organised by FAMA Selangor*

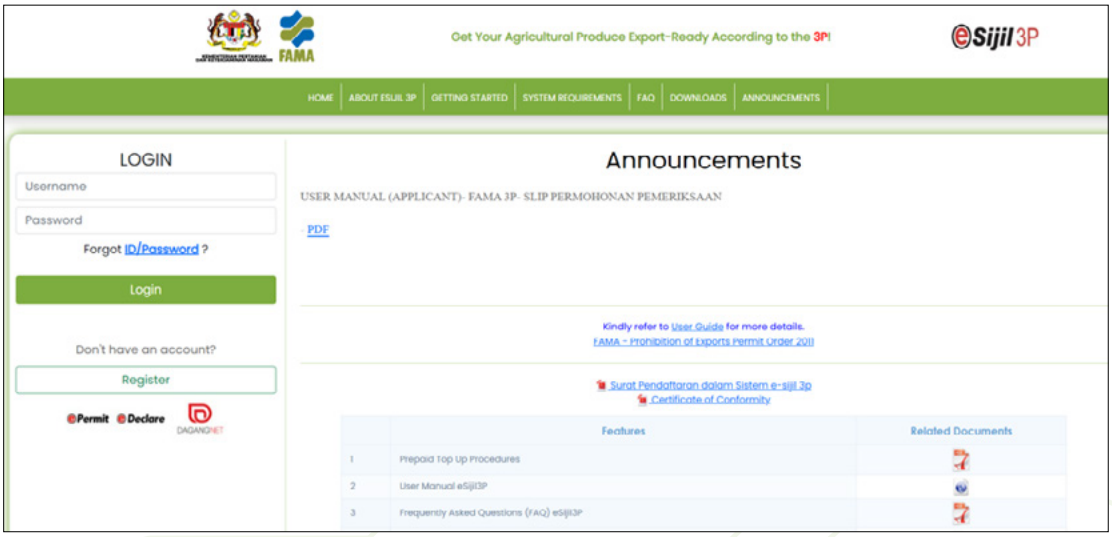
KAWALAN KELUARAN HASIL PERTANIAN

FAMA berperanan melaksanakan kawalan pematuhan peraturan-peraturan subsidiari Akta 141 FAMA 1965 khususnya Peraturan Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan (GPL) 2008. Sijil Perakuan Pematuhan *(Certificate of Conformity)* merupakan dokumen yang diwajibkan kepada pengeksport / pengimport untuk mengeksport / mengimport hasil keluaran pertanian. Kelulusan permohonan akan diperakukan oleh FAMA (pengeksportan) dan Jabatan Perkhidmatan Kuarantin dan Pemeriksaan Malaysia (MAQIS) (pengimportan kecuali di Negeri Sabah dan Negeri Sarawak) setelah pemeriksaan pematuhan dilaksanakan. Permohonan Sijil Perakuan Pematuhan ini dibuat secara dalam talian melalui sistem eSijil 3P FAMA di pautan www.e3p.fama.gov.my.

CONTROL OF AGRICULTURAL PRODUCE

FAMA is responsible for enforcing compliance with the subsidiary regulations under the FAMA Act 1965 (Act 141), specifically the Grading, Packaging, and Labelling (GPL) Regulations 2008. The Certificate of Conformity is a mandatory document required for exporters and importers to export or import agricultural produce. Approval of applications is certified by FAMA for exports and by MAQIS for imports (except in the states of Sabah and Sarawak) following compliance inspections. Applications for the Certificate of Conformity are submitted online through FAMA's 3P Certificate system at www.e3p.fama.gov.my.

Rajah 51. Antara Muka Utama Sistem eSijil3P
Figure 51: *Main Interface of the eSijil3P System*



Pada tahun 2024, terdapat 416 syarikat telah mendaftar sebagai pengguna baharu sistem e-Sijil 3P dengan penurunan sebanyak 2 peratus berbanding pada tahun 2023 hanya 425 syarikat.

In 2024, a total of 416 companies registered as new users of the e-Certificate 3P system, representing a 2 percent decrease compared to 425 companies in 2023.

• Pengeksportan Keluaran Hasil Pertanian

Berdasarkan laporan melalui sistem sijil e3P, kuantiti keluaran pertanian yang dieksport pada tahun 2024 menurun sebanyak 7 peratus iaitu 705,178 MT berbanding 760,880 MT bagi tahun 2023 seperti di **Rajah 52**.

• *Export of Agricultural Produce*

Based on reports from the e3P certificate system, the quantity of agricultural produce exported in 2024 decreased by 7 percent totaling 705,178 MT compared to 760,880 MT in 2023, as shown in ***Figure 52****.*



Rajah 52. Paparan Laporan Pengeksportan bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 52. *Export Report Display for Year 2023 and 2024*



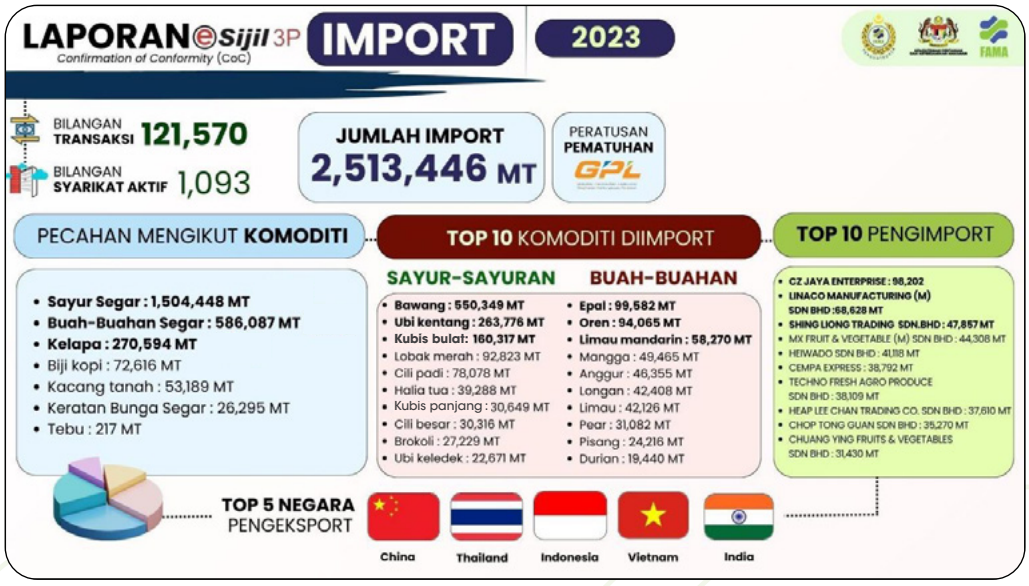
- **Pengimportan Keluaran Hasil Pertanian**

Kuantiti keluaran pertanian yang diimport pada tahun 2024 meningkat sebanyak 5.7 peratus iaitu 2,656,734 tan metrik berbanding 2,513,446 tan metrik bagi tahun 2023 seperti di **Rajah 53**.

- ***Import of Agricultural Produce***

The quantity of agricultural produce imported in 2024 increased by 5.7 percent, totaling 2,656,734 metric tons compared to 2,513,446 metric tons in 2023, as shown in ***Figure 53****.*

Rajah 53. Paparan Laporan Pengimportan bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 53. *Import Report Display for Year 2023 and 2024*



PUSAT PEMERIKSAAN KUALITI HASIL PERTANIAN DAN *SELF REGULATE BY REGULATED ENTITIES* (SRBRE)

Keluaran hasil pertanian yang dieksport melalui hab eksport KLIA akan melalui pemeriksaan 3P (Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan) di Pusat Pemeriksaan Kualiti Hasil Pertanian FAMA KLIA. Proses ini bertujuan mendapatkan pengesahan dan kelulusan dokumen eksport iaitu Sijil Perakuan Pematuhan dan konsainan eksport.

Pada tahun 2024, Hab Eksport KLIA mencatatkan peningkatan dalam aktiviti pemeriksaan Pematuhan

AGRICULTURAL PRODUCE QUALITY INSPECTION CENTRES AND SELF-REGULATE BY REGULATED ENTITIES (SRBRE)

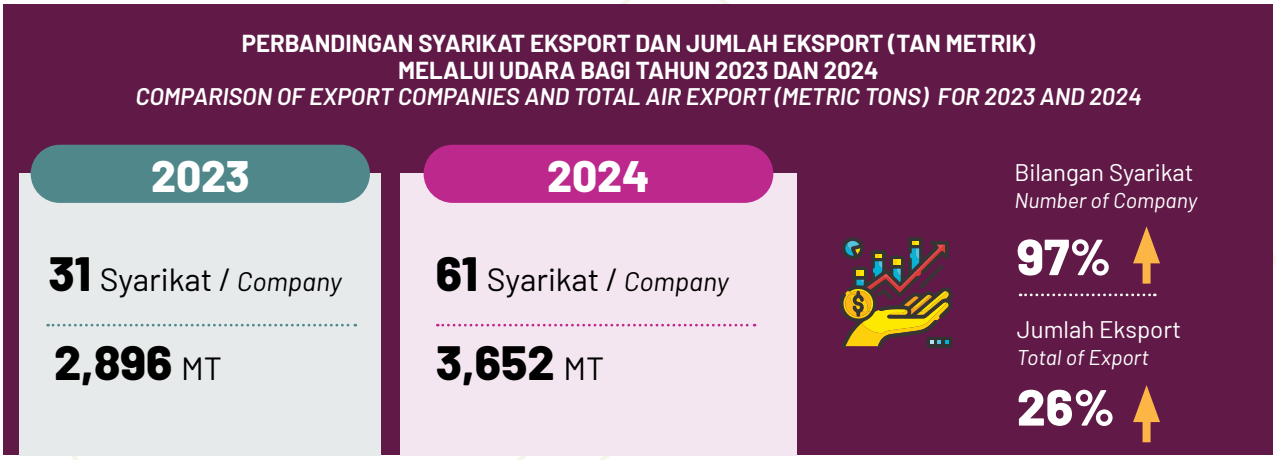
Agricultural produce exported through the KLIA export hub undergoes 3P inspections (Grading, Packaging, and Labelling) at the FAMA KLIA Agricultural Produce Quality Inspection Centre. This process aims to obtain verification and approval of export documents, namely the Certificate of Conformity and export consignment documentation.

In 2024, the KLIA Export Hub recorded an increase in GPL Regulatory Compliance inspection activities, reflecting

Peraturan GPL, mencerminkan kerancakan sektor eksport negara. Berbanding hanya 31 syarikat (2,898 MT) pada tahun 2023, tahun 2024 menyaksikan penglibatan 61 syarikat dengan kapasiti eksport mencecah 3,652 MT. Lonjakan ini merupakan impak langsung daripada kemasukan pemain industri baharu dalam pasaran durian segar ke China, sekali gus memperkukuh kedudukan komoditi premium negara di peringkat global.

the growing momentum of the nation's export sector. Compared to only 31 companies (2,898 MT) in 2023, the year 2024 saw the participation of 61 companies with export capacity reaching 3,652 MT. This significant growth was a direct impact of the entry of new industry players into the fresh durian market for China, further strengthening the position of the country's premium commodity at the global level.

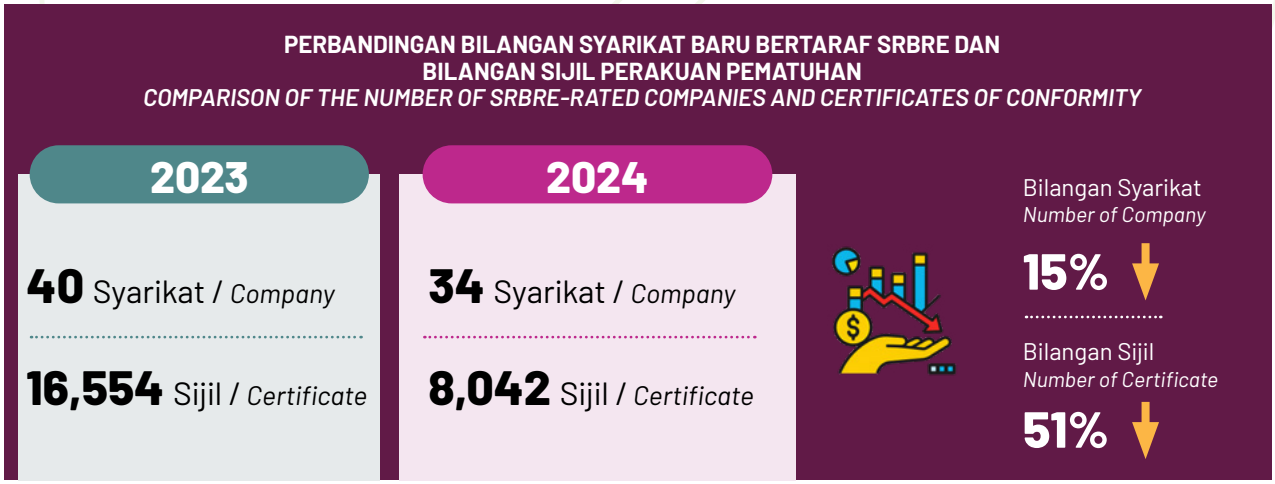
Rajah 54. Perbandingan Syarikat Eksport dan Jumlah Eksport (Tan Metrik) melalui Udara bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 54. *Comparison of Export Companies and Total Air Export (Metric Tons) for Year 2023 and 2024*



Penarafan SRBRE kepada syarikat pengeksport pada tahun 2024 melibatkan 34 syarikat, berbanding 40 syarikat pada tahun 2023. Penarafan syarikat SRBRE berkurang sebanyak 15 peratus disebabkan syarikat yang layak sahaja yang akan mendapat kelulusan status SRBRE seperti di **Rajah 55**.

The SRBRE rating for export companies in 2024 involved 34 companies, compared to 40 companies in 2023. The number of SRBRE-rated companies decreased by 15 percent because only companies meeting the eligibility criteria are granted SRBRE status, as shown in ***Figure 55****.*

Rajah 55. Perbandingan Bilangan Syarikat yang Bertaraf SRBRE dan Sijil Perakuan Pematuhan bagi Tahun 2023 dan 2024
Figure 55. *Comparison of the Number of SRBRE-Rated Companies and Certificates of Conformity for Year 2023 and 2024*







Pemeriksaan GPL bagi komoditi Durian Pulp Frozen di premis pengeksport
GPL inspection for Frozen Durian Pulp commodity at the exporter's premises

PENGURUSAN LESEN-LESEN FAMA

FAMA berperanan melaksanakan kuasa-kuasa di bawah seksyen 3 dan 12, Akta Lembaga Pemasaran Persekutuan 1965 (Akta 141) iaitu menjalankan pengurusan lesen-lesen seperti berikut:

Lesen Kopi	:	Rancangan Pemasaran Kopi 1971
Lesen Kelapa	:	Rancangan Pemasaran Kelapa 1973
Lesen Sayur	:	Peraturan Pemasaran Sayur 1975
Lesen Buah	:	Pelesenan Pengeksportan Buah-buahan 1990

Sehingga Disember 2024, Laporan Pengurusan lesen-lesen FAMA mengikut jenis lesen dan negeri adalah seperti **Rajah 56**.

MANAGEMENT OF FAMA LICENSES

FAMA is responsible for exercising the powers under Sections 3 and 12 of the Federal Agricultural Marketing Authority Act 1965 (Act 141), which includes managing licenses as follows:

Coffee License	:	*Coffee Marketing Scheme 1971*
Coconut License	:	*Coconut Marketing Scheme 1973*
Vegetable License	:	*Vegetable Marketing Regulations 1975*
Fruit License	:	*Fruit Export Licensing 1990*

*Until December 2024, the report on the management of FAMA licenses by license type and state is as shown in **Figure 56**.*

Rajah 56. Laporan Pengurusan Lesen bagi Tahun 2024
***Figure 56.** License Management Report for the Year 2024*



PENGUATKUASAAN AKTA DAN PERATURAN FAMA

Penguatkuasaan yang berterusan dilaksanakan bagi memastikan pematuhan terhadap Akta dan Peraturan-peraturan FAMA sepanjang tahun 2024.

Senarai Akta dan Peraturan subsidiari FAMA yang dikuatkuasakan adalah seperti berikut:

- Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan
- Peraturan-peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan Keluaran Pertanian) 2008
- Peraturan-peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Pendaftaran Orang Yang Mendaftarkan Diri Dalam Pemprosesan atau Pemasaran Keluaran Pertanian) 1989
- Rancangan Pemasaran Kopi 1971
- Rancangan Pemasaran Kelapa 1973
- Peraturan Pemasaran Sayur 1977
- Peraturan-peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Pelesenan Pengeksportan Buah-buahan 1990)
- Operasi dan Pemeriksaan Pematuhan Peraturan GPL 2008

Penguatkuasaan Pematuhan Peraturan-peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan Keluaran Pertanian) 2008 atau Peraturan GPL 2008 dilaksanakan kepada setiap peruncit, pemborong, pengimport dan pengeksport 142 jenis keluaran pertanian segar yang disenaraikan.

Operasi dan pemeriksaan dijalankan terhadap setiap kumpulan sasar menerusi outlet peruncitan FAMA, outlet swasta, sekatan jalan raya dan kerjasama strategik bersama Jabatan/Agensi kerajaan di seluruh negara.

ENFORCEMENT OF FAMA ACT AND REGULATIONS

Continuous enforcement was carried out throughout 2024 to ensure compliance with the FAMA Act and its regulations.

The list of FAMA subsidiary Acts and Regulations enforced includes:

- *Federal Agricultural Marketing Authority Act*
- *Federal Agricultural Marketing Authority (Grading, Packaging and Labelling of Agricultural Produce) Regulations 2008*
- *Federal Agricultural Marketing Authority (Registration of Persons Engaged in Processing or Marketing of Agricultural Produce) Regulations 1989*
- *Coffee Marketing Scheme 1971*
- *Coconut Marketing Scheme 1973*
- *Vegetable Marketing Regulations 1977*
- *Federal Agricultural Marketing Authority (Fruit Export Licensing) Regulations 1990*
- *Operations and Compliance Inspections of GPL Regulations 2008*

Enforcement of Compliance – Federal Agricultural Marketing Authority (Grading, Packaging, and Labelling of Agricultural Produce) Regulations 2008 (GPL Regulations 2008) or Enforcement of the GPL 2008 Regulations is carried out for every retailer, wholesaler, importer, and exporter of 142 types of listed fresh agricultural produce.

Operations and inspections are conducted for each target group through FAMA retail outlets, private outlets, roadblocks, and strategic collaborations with government departments/agencies nationwide:



Sebanyak 16 sekatan jalan raya telah dilaksanakan di lokasi-lokasi yang dikenalpasti melibatkan kerjasama daripada pihak Polis Diraja Malaysia. Manakala 67 program kerjasama strategik telah dilaksanakan melibatkan kerjasama jabatan/agensi kerajaan

A total of 16 roadblocks were conducted at identified locations with the cooperation of the Royal Malaysia Police. Meanwhile, 67 strategic collaboration programs were carried out involving government departments/agencies such as the Ministry of Domestic Trade

seperti Kementerian Perdagangan Dalam Negeri (KPDN), Jabatan Perkhidmatan Kuarantin dan Pemeriksaan Malaysia (MAQIS), Jabatan Pertanian (DOA), Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL) dan Pihak Berkuasa Tempatan (PBT).

(KPDN), Malaysian Quarantine and Inspection Services Department (MAQIS), Department of Agriculture (DOA), Ministry of Health Malaysia (KKM), Kuala Lumpur City Hall (DBKL), and Local Authorities (PBT).

Sepanjang tahun 2024, sebanyak 1,397 outlet telah diperiksa merangkumi outlet peruncitan FAMA, outlet swasta, operasi melalui sekatan jalan raya, serta program kerjasama strategik. Hasil pemeriksaan mendapati 1,300 outlet (93 peratus) mematuhi Peraturan GPL, manakala 97 (7 peratus) outlet telah dikenakan Notis Kesalahan (NK) atas ketidakpatuhan. Prestasi ini menunjukkan peningkatan peratusan pematuhan sebanyak 1.4 peratus berbanding pencapaian pada tahun 2023.

Throughout 2024, a total of 1,397 outlets were inspected, including FAMA retail outlets, private outlets, through roadblocks, and strategic collaboration programmes. The inspections in 2024 found that 1,300 outlets (93 percent) complied with the GPL Regulations, while 97 (7 percent) outlets were found to have violated the regulations and were issued Notices of Offence (NK). This performance reflects an increase in the compliance rate of 1.4 percent compared to the achievement recorded in 2023.

1. Outlet FAMA / *FAMA Outlet*



▸ Pemeriksaan Pematuhan Peraturan GPL di Pasar Tani Kekal Simpang Empat, Perlis pada 4 April 2024 / *GPL Regulations Compliance Inspection at Permanent Pasar Tani, Simpang Empat, Perlis on 4 April 2024*

2. Outlet Swasta / *Outlet Swasta*



▸ Operasi Pematuhan Peraturan GPL di Pasar Borong Taman Tun Dr Ismail dengan kerjasama Dewan Bandaraya Kuala Lumpur pada 5 Jun 2024 / *GPL Regulations Compliance Operation at Taman Tun Dr Ismail Wholesale Market (Pasar Borong) in collaboration with Kuala Lumpur City Hall on 5 June 2024*

3. Program Kerjasama Strategik bersama Jabatan/Agensi
Strategic Collaboration Programme with Departments/Agencies



▸ Program Kerjasama Strategik Ops Harumanis di Perlis dengan kerjasama Kementerian Perdagangan Dalam Negeri (KPDN) Perlis pada 5 Mei 2024 / *Strategic Collaboration Programme for Ops Harumanis in Perlis in cooperation with the Ministry of Domestic Trade (KPDN) Perlis on 5 May 2024*



▸ Program Kerjasama Strategik bersama Jabatan Perkhidmatan Kuarantin dan Pemeriksaan Malaysia (MAQIS) di Pelabuhan Utara, Pelabuhan Klang pada 4 September 2024 / *Strategic Collaboration Program with the Malaysian Quarantine and Inspection Services Department (MAQIS) at North Port, Port Klang on 4 September 2024*

4. Sekatan Jalan Raya / *Roadblock*



▸ Sekatan jalan raya di Tapah, Perak dengan kerjasama Polis Diraja Malaysia (PDRM) pada 28 Ogos 2024 / *Roadblock at Tapah, Perak in collaboration with the Royal Malaysia Police (PDRM) on 28 August 2024*

• Kad Kuasa FAMA

Kad Kuasa FAMA adalah dokumen pengenalan diri pegawai penguat kuasa ketika menjalankan tugasan penguatkuasaan di lapangan Unit Penguatkuasaan bertanggungjawab mengawal selia pengeluaran kad kuasa FAMA kepada pegawai penguat kuasa FAMA untuk menjalankan tugasan penguatkuasaan Akta dan Peraturan subsidiari FAMA. Sepanjang tahun 2024, senarai pemegang kad kuasa FAMA telah dikemaskini menjadikan jumlah pemegang kad seramai 298 orang.

• *FAMA Authority Card*

The FAMA Authority Card serves as the official identification for enforcement officers while carrying out field duties. The Enforcement Unit is responsible for regulating the issuance of FAMA Authority Cards to enforcement officers to enable them to perform enforcement tasks under the FAMA Act and its subsidiary regulations. Throughout 2024, the list of FAMA Authority Card holders was updated, bringing the total number of cardholders to 298.

MALAYSIA'S BEST

Malaysia's Best merupakan satu pengiktirafan dan penjenamaan nasional kepada simbol kualiti dan keselamatan makanan keluaran pertanian Malaysia yang diperakui berkualiti, selamat serta mencapai standard di peringkat domestik dan antarabangsa.

MALAYSIA'S BEST

Malaysia's Best is a national recognition and branding initiative that serves as a symbol of quality and food safety for Malaysian agricultural produce that is certified as high-quality, safe, and meeting both domestic and international standards.

• Faedah Penjenamaan Malaysia's Best
Benefits of Malaysia's Best Branding

Meningkatkan penggunaan dan permintaan hasil keluaran pertanian Malaysia.
Increase the consumption and demand for Malaysian agricultural produce.

Mewujudkan satu penjenamaan nasional yang diiktiraf oleh Kerajaan bagi hasil keluaran pertanian Malaysia.
Establish a nationally recognised branding endorsed by the Government for Malaysian agricultural produce.

Meningkatkan keyakinan pengguna terhadap kualiti dan keselamatan hasil keluaran pertanian Malaysia.
Enhance consumer confidence in the quality and safety of Malaysian agricultural produce.

Mewujudkan imej yang baik dan memberi nilai tambah kepada keluaran pertanian Malaysia.
Create a positive image and add value to Malaysian agricultural produce.

Membantu strategi pemasaran yang lebih efektif serta meluaskan pasaran Agromakanan dengan memenuhi standard tempatan dan antarabangsa.
Support more effective marketing strategies and expand the agri-food market by meeting both local and international standards.

• Pencapaian dan Program Malaysia's Best 2024

Secara umumnya, pencapaian kelulusan penjenamaan **Malaysia's Best** pada tahun 2024 adalah seperti di **Jadual 32**.

• *Achievements and Malaysia's Best Program 2024*

*Overall, the achievements in **Malaysia's Best** branding approvals in 2024 are as shown in **Table 32**.*

Jadual 32. Kelulusan Penjenamaan Malaysia's Best bagi Tahun 2024
Table 32. *Malaysia's Best Branding Approvals for Year 2024*

TAHUN *YEAR*	PERMOHONAN BAHARU *NEW APPLICATION*	PERMOHONAN PEMBAHARUAN *RENEWAL APPLICATION*	LADANG MYGAP *MYGAP FARM*
2024	95	23	113

Antara program pengeksportan peserta Malaysia's Best Tahun 2024:

1) Program Pelepasan Nangka Madu ke China
Tarikh : 2 Ogos 2024
Tempat : Fruitglo Sdn. Bhd, Ayer Hitam, Johor

FAMA telah menganjurkan Program Pelepasan Nangka Madu Segar ke China bertempat di premis Fruitglo Sdn. Bhd., Ayer Hitam, Johor. Majlis pelancaran tersebut telah disempurnakan oleh YB Dato' Zahari bin Sarip, Exco Pertanian, Industri Asas Tani dan Kemajuan Luar Bandar Negeri Johor.

Dalam program tersebut, syarikat As-Syura Trading and Resources telah mengeksport sebanyak 8 MT nangka madu segar (J33). Syarikat yang memegang pensijilan Malaysia's Best ini memanfaatkan kemudahan pemprosesan nangka sejuk beku di Fruitglo Sdn. Bhd. bagi memastikan kualiti produk memenuhi piawaian pasaran antarabangsa.

2) Program Pengeksportan Durian Segar ke China
Tarikh : 24 Ogos 2024
Tempat : Pos Aviation KLIA, Cargo Terminal KLIA

Peringkat permulaan, sebanyak 40 tan metrik durian segar yang terdiri jenis Musang King, Black Thorn, D24 dan IOI, melibatkan lapan (8) syarikat pengeksport bagi penghantaran ke China (Shanghai, Shenzen, Guangzhou) menerusi tiga fasa.

Syarikat Top Fruit merupakan syarikat yang mempunyai Pensijilan Malaysia's Best dan merupakan salah satu syarikat yang mengeksport durian Malaysia ke China pada 24 Ogos 2024 di KLIA oleh yang dirasmikan oleh YB Datuk Arthur Joseph Kurup, Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan.

Kejayaan syarikat ini telah menjadi pemangkin kepada peningkatan minat dalam kalangan pemain industri durian tempatan. Fenomena ini terbukti melalui pertambahan bilangan pengeluar dan pengeksport yang memohon pensijilan Penjenamaan Malaysia's Best bagi memperkukuh kedudukan produk mereka di pasaran antarabangsa.

Among the Export Programmes of Malaysia's Best Participants in 2024:

1) Fresh Honey Jackfruit Export Program to China
Date : 2 August 2024
Location : Fruitglo Sdn. Bhd, Ayer Hitam, Johor

FAMA organized the Launching Programme for the Export of Fresh Honey Jackfruit to China at the premises of Fruitglo Sdn. Bhd., Ayer Hitam, Johor. The launching ceremony was officiated by YB Dato' Zahari bin Sarip, Johor State Executive Councillor for Agriculture, Agro-based Industry and Rural Development.

During the programme As-Syura Trading and Resources exported 8 MT of Fresh Honey Jackfruit (J33). The company, certified under Malaysia's Best branding, utilised the frozen jackfruit processing facilities at Fruitglo Sdn. Bhd. to ensure that the product quality met international market standards.

2) Fresh Durian Export Program to China
Date : 24 August 2024
Location : Pos Aviation KLIA, KLIA Cargo Terminal

In the initial phase, 40 metric tons of fresh durians, including Musang King, Black Thorn, D24, and IOI varieties, from eight (8) exporting companies, were shipped to China (Shanghai, Shenzhen, Guangzhou) in three phases.

Top Fruit, a Malaysia's Best certified company, was among the exporters sending Malaysian durians to China on 24 August 2024 at KLIA, officiated by YB Datuk Arthur Joseph Kurup, Deputy Minister of Agriculture and Food Security.

The success of this company has become a catalyst for growing interest among local durian industry players. This trend is evident through the increasing number of producers and exporters applying for Malaysia's Best Branding certification to strengthen the position of their products in the international market.

KPKM menerusi FAMA sentiasa mempergiat galakan terhadap penyertaan program Penjenamaan Malaysia's Best. Inisiatif ini bertujuan memastikan hasil keluaran pertanian tempatan mencapai standard kualiti tertinggi, sekali gus memperkukuh akses dan daya saing produk Malaysia di pasaran global.

The Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM), through FAMA, continues to intensify efforts in encouraging participation in the Malaysia's Best Branding programme. This initiative aims to ensure that local agricultural produce meets the highest quality standards, while strengthening the market access and competitiveness of Malaysian products in the global market.

- **Impak Malaysia's Best**

i. Pemerkasaan Permintaan dan Daya Saing Pasaran

Kepercayaan dan Keyakinan Pengguna: Logo Malaysia's Best berfungsi sebagai jaminan kualiti dan kesegaran premium bagi produk pertanian negara. Pengiktirafan ini secara langsung membina kredibiliti di mata pengguna, sekali gus mendorong kecenderungan pemilihan produk yang diiktiraf berbanding produk tanpa jaminan kualiti yang setanding.

Keunggulan Daya Saing Global: Melalui strategi penjenamaan yang kukuh, produk pertanian segar tempatan mampu menempatkan diri dengan lebih kompetitif di persada antarabangsa. Kelebihan ini bukan sahaja meningkatkan profil produk negara, malah membuka ruang akses yang lebih luas ke pasaran global yang lebih bernilai tinggi.

ii. Pengiktirafan dan Jaminan Kualiti Produk

Piawaian Kualiti yang Ketat: Perolehan pensijilan Malaysia's Best memerlukan setiap produk pertanian melepasi standard kualiti yang ditetapkan. Hal ini bertindak sebagai pemangkin kepada petani dan pengeluar untuk memastikan hasil keluaran mereka sentiasa berada pada tahap terbaik, merangkumi aspek kesegaran optimum, profil rasa yang unggul, serta jaminan keselamatan makanan yang tinggi.

Reputasi dan Pengiktirafan: Penjenamaan ini merupakan satu bentuk pengiktirafan eksklusif terhadap komitmen pengeluar dalam menghasilkan produk berkualiti tinggi. Pengiktirafan ini secara langsung mengangkat reputasi dan kredibiliti mereka di pasaran, sekali gus membezakan produk tempatan sebagai pilihan premium yang dipercayai oleh rakan dagang dan pengguna.

iii. Pemerkasaan Ekonomi Pertanian

Peningkatan Pendapatan Rantaian Nilai: Melalui peningkatan nilai tambah dan permintaan terhadap produk yang mendapat pengiktirafan Malaysia's Best, pendapatan petani, pengeluar dan

- ***Impact of Malaysia's Best Branding***

i. Increase in Market Demand and Competitiveness

Consumer Trust and Confidence: *Malaysia's Best logo serves as an assurance of quality and premium freshness for the country's agricultural products. This recognition directly enhances consumer confidence and encourages a preference for certified products over products without comparable quality assurance.*

Global Competitive Advantage: *Through a strong branding strategy, locally produced fresh agricultural products are better positioned to compete in the international arena. This advantage not only enhances the profile of the country's products but also facilitates broader access to higher-value global markets.*

ii. Product Recognition and Quality

Stringent Quality Standards: *To obtain Malaysia's Best certification, each agricultural product must meet the prescribed quality standards. These standards serve as a catalyst for farmers and producers to consistently ensure that their produce meets the highest quality levels, encompassing optimal freshness, superior taste profiles, and high standards of food safety assurance.*

Reputation and Recognition: *The branding represents an exclusive form of recognition of producers' commitment to delivering high-quality products. This recognition directly enhances their reputation and credibility in the market, while positioning local products as trusted premium choices among trading partners and consumers.*

iii. Strengthening the Agricultural Economy

Income for Farmers / Producers / Marketers: By increasing the value and demand for fresh produce certified as Malaysia's Best, the income of farmers, producers, and marketers can

pemasar dapat dioptimumkan secara strategik. Impak ekonomi ini secara langsung menyumbang kepada peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan komuniti agromakanan negara.

Penerokaan Peluang Perniagaan Baharu: Penjenamaan ini bertindak sebagai pemacu kepada kemunculan peluang perniagaan yang lebih luas dalam rantaian bekalan pertanian. Ia merangkumi pengukuhan segmen pengedaran, logistik dan pemasaran yang lebih kompetitif serta inovatif.

improve, helping raise their standard of living.

Business Opportunities: *Malaysia's Best branding can open new business opportunities within the agricultural supply chain, including distribution and marketing.*

iv. Promosi dan Kesedaran Jenama

Strategi Pemasaran Berimpak: Logo Malaysia's Best merupakan aset pemasaran yang ampuh dalam kempen promosi, iklan dan pameran perdagangan. Inisiatif ini bukan sahaja meningkatkan kesedaran terhadap kualiti produk pertanian Malaysia, malah menjadi daya tarikan utama bagi menarik minat pembeli dan pelabur baharu dari seluruh dunia.

Pembangunan Jenama Nasional yang Kukuh: Penggunaan identiti visual Malaysia's Best secara konsisten membantu membina jenama produk pertanian tempatan yang teguh. Langkah ini meletakkan hasil keluaran negara pada kedudukan yang lebih kukuh di pasaran domestik mahupun antarabangsa, sekali gus membezakannya daripada produk pesaing.

iv. Promotion and Awareness

Marketing Strategy: *The branding can be used in marketing and promotional campaigns, including advertisements and exhibitions, increasing awareness of Malaysian agricultural products and attracting new buyers.*

Brand Development: *Using the "Malaysia's Best" logo in marketing helps build the Malaysian agricultural product brand, positioning it more competitively in domestic and international markets.*



▸ Penjenamaan "Malaysia's Best" yang diiktiraf ke atas keluaran pertanian segar Malaysia boleh meningkatkan imej negara dalam pasaran global, membantu petani dan pemasar tempatan, serta memberikan faedah ekonomi dan sosial yang berterusan. / *The "Malaysia's Best" branding, recognised for Malaysian fresh agricultural produce, can enhance the country's image in the global market, support local farmers and marketers, and provide sustained economic and social benefits.*

PEMANTAPAN ANAK SYARIKAT
STRENGTHENING OF SUBSIDIARIES

FAMA Corporation Sdn Bhd (FAMACO) telah ditubuhkan pada tahun 1994 oleh Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) sebagai anak syarikat yang melaksanakan urus niaga dan membantu dalam menjalankan aktiviti dan peranan FAMA yang berkonsepkan keuntungan dan tanggungjawab korporat.

FAMA Corporation Sdn Bhd (FAMACO) was established in 1994 by the Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA) as a subsidiary to undertake commercial transactions and support the implementation of FAMA's activities and functions based on profit-oriented and corporate responsibility principles.

PENCAPAIAN

Menjangkau 30 tahun penubuhannya, FAMACO telah mencatatkan nilai jualan pada tahun 2024 sebanyak RM42.51 juta. Nilai ini berkurangan sebanyak RM0.67 juta berbanding pencapaian pada tahun 2023 iaitu RM43.18 juta. Penurunan nilai jualan ini adalah disebabkan oleh persaingan dalam aktiviti peruncitan dan pengedaran barangan di dalam dan luar negara dan kebergantungan kepada jualan dalam segmentasi barangan import yang terus perlahan. Segmentasi yang lain menunjukkan prestasi yang minima untuk membantu kenaikan keseluruhan jualan syarikat.

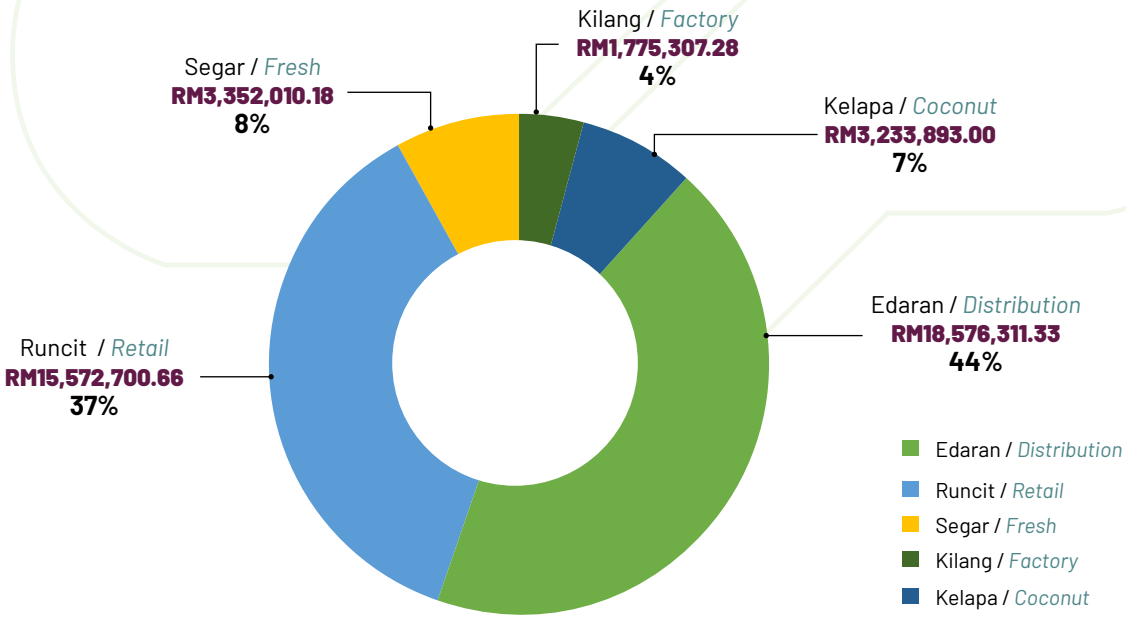
Prestasi nilai jualan FAMACO disumbangkan melalui aktiviti pengukuhan portfolio perniagaan seperti penambahbaikan pengeluaran dan pengurusan pengilangan, penerokaan pasaran, aktiviti jualan dan promosi dalam talian (online), serta pembangunan produk baru tahunan. **Rajah 57** menunjukkan peratus pecahan nilai jualan mengikut segmentasi aktiviti urus niaga pada tahun 2024.

ACHIEVEMENT

As it reached its 30th anniversary, FAMACO recorded sales revenue of RM42.51 million in 2024. This represents a decrease of RM0.67 million compared with the 2023 performance of RM43.18 million. The decline in sales value was attributed to intensified competition in retail and distribution activities both domestically and internationally, as well as continued reliance on the import goods segment, which remained subdued. Other segments recorded minimal performance and were unable to significantly support the overall growth in the company's sales.

FAMACO's sales performance was driven through activities aimed at strengthening its business portfolio, including improvements in production and manufacturing management, market exploration, online sales and promotional activities, and the annual development of new products. ***Figure 57*** *illustrates the percentage breakdown of sales value by business segment for 2024.*

Rajah 57. Peratus Pecahan Jualan Mengikut Segmentasi bagi Tahun 2024
Figure 57. *Percentage Breakdown of Sales by Segment for 2024*



PRESTASI URUS NIAGA FAMACO

Urus niaga Import Produk Segar

Aktiviti import yang dijalankan oleh FAMACO meliputi komoditi kelapa. Aktiviti ini merekodkan jualan sejumlah RM3.2 juta berbanding RM3.6 juta pada tahun 2023. Keadaan bekalan yang terjejas di dalam dan luar negara merupakan isu yang paling utama dalam menangani masalah kekurangan bekalan di dalam negara.

Urus niaga Segar

Urus niaga segar melibatkan belian sayur-sayuran tempatan melalui peserta Ladang Kontrak FAMA dan memfokuskan pasaran utara Semenanjung Malaysia seperti timun, labu, serai, sayuran berdaun serta beberapa jenis sayuran tempatan yang lain. Nilai jualan yang direkodkan sejumlah RM3.35 juta berbanding RM3.76 juta pada tahun 2023 bagi segmen ini.

Urus niaga Pengedaran Produk Agromas

Aktiviti edaran proses merupakan urus niaga yang menawarkan pengedaran barangan Agromas ke kedai runcit dan pasaraya besar di dalam negara. Pada tahun 2024, nilai jualan yang direkodkan adalah RM18.57 juta manakala RM17.42 juta pada tahun 2023. Pembekalan produk Agromas bagi Kit Makanan Permulaan Mangsa Bencana iaitu projek usahasama FAMA dengan Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA) diteruskan untuk tahun 2024 turut membantu meningkatkan hasil jualan bagi pengedaran produk Agromas.

Peruncitan

Segmentasi peruncitan menyasarkan kepada pengukuhan dan pembangunan rangkaian outlet Agrobazaar disamping dapat membantu mengurangkan kos sara hidup masyarakat di kawasan sekitarnya. Platform ini membantu pengguna di kawasan perumahan yang jauh dari pasaraya besar dan terkemuka di tengah bandar untuk mendapatkan produk Agromas dan produk usahawan kecil. Bagi tahun 2024, nilai jualan telah merekodkan penurunan RM15.57 juta berbanding RM16.25 juta pada tahun 2023. Pembukaan kedai baharu Agrobazaar Tiara Sendayan, Negeri Sembilan sebagai satu pendekatan bagi menampung dan meningkatkan jualan di samping sebagai usaha penambahan dan pengukuhan rangkaian runcit di bawah kendalian FAMA Corporation Sdn. Bhd.

BUSINESS PERFORMANCE OF FAMACO

Import of Fresh Produce

Import activities undertaken by FAMACO primarily involved coconut commodities. This segment recorded sales of RM3.2 million compared with RM3.6 million in 2023. Supply disruptions both domestically and internationally were the main challenges in addressing the shortage of supply within the country.

Fresh Produce Trading

Fresh produce trading involved the purchase of local vegetables through participants of the FAMA Contract Farming Programme and focused on the northern market of Peninsular Malaysia, including cucumbers, pumpkins, lemongrass, and several other types of local vegetables. The sales value recorded for this segment amounted to RM3.35 million compared to RM3.76 million in 2023.

Distribution of Processed AgroMas Products

Processed distribution activities refer to transactions involving the distribution of Agromas products to retail shops and supermarkets within the country. In 2024, sales recorded were RM18.57 million compared with RM17.42 million in 2023. The continued supply of Agromas products for the Disaster Victims Starter Food Kit, a collaborative project between FAMA and the National Disaster Management Agency (NADMA), also contributed to increased sales revenue for AgroMas product distribution.

Retail

The retail segment focused on strengthening and expanding the Agrobazaar outlet network while helping to ease the cost of living for surrounding communities. This platform supports consumers in residential areas located far from major urban supermarkets in obtaining AgroMas products and products from small entrepreneurs. In 2024, sales declined to RM15.57 million compared with RM16.25 million in 2023. The opening of Agrobazaar Tiara Sendayan served as an initiative to sustain and enhance sales, as well as to expand and strengthen the retail network under FAMACO.

Pengilangan

Aktiviti pengilangan pula disumbangkan oleh permintaan jualan bagi produk Original Equipment Manufacturer (OEM) serta produk baharu Agromas. Peningkatan harga kebanyakan bahan mentah pada suku tahun keempat menyebabkan kenaikan harga pada produk akhir siap (Final Product). Selain itu pengeluaran produk yang tidak dapat dipenuhi sepenuhnya juga menjadi punca kemerosotan jualan akibat dari kekurangan sumber kewangan dan bahan mentah. Keadaan ini mengakibatkan penurunan nilai jualan bagi tahun 2024 sebanyak RM1.77 juta berbanding RM2.01 juta pada tahun 2023.

Eksport

Urus niaga eksport merekodkan kemerosotan yang menyumbang hanya 3 peratus daripada nilai keseluruhan jualan pada tahun 2024 berbanding 4 peratus pada tahun 2023. Kemerosotan ini disebabkan oleh permintaan pasaran luar yang kurang memberangsangkan dan tidak dapat dipenuhi permintaannya serta berlakunya kenaikan harga produk dan kos pengeluaran yang tinggi.

Online

Peredaran zaman dan teknologi serta pengunaan media sosial pada masa kini mampu memberi impak yang positif dalam menjalankan urus niaga. Untuk tahun 2024, 0.33 peratus daripada jualan keseluruhan direkodkan sebagai jualan dalam talian. Situasi ini disebabkan oleh usaha yang berterusan dalam penggunaan platform online seperti aplikasi tiktok dengan pengenalan, pengiklanan dan penjualan produk melalui tiktok shop. Langkah yang berterusan ini bertujuan untuk meningkatkan dan mengekalkan jualan dalam talian dengan mengadakan program promosi bagi menggalakkan pengguna berbelanja secara dalam talian. FAMACO turut menyokong penggunaan aplikasi AgroBazaar Online (ABO) FAMA dan aplikasi Shopee sebagai platform urus niaga dalam talian.

Manufacturing

Manufacturing activities were driven by demand for Original Equipment Manufacturer (OEM) products and new AgroMas products. The increase in prices of most raw materials in the fourth quarter led to higher prices for final products. In addition, production targets could not be fully achieved due to constraints in financial resources and raw material supply, resulting in a decline in sales to RM1.77 million in 2024 compared with RM2.01 million in 2023.

Export

Export activities recorded a decline, contributing only 3 percent of total sales value in 2024 compared with 4 percent in 2023. The decrease was due to less encouraging external market demand, unmet order requirements, as well as increased product prices and higher production costs.

Online

Technological advancements and the widespread use of social media have positively impacted business operations. In 2024, online sales accounted for 0.33 percent of total sales. This performance was driven by continuous efforts to utilise online platforms such as TikTok through product introduction, promotion, and sales via TikTok Shop. Ongoing initiatives aim to increase and sustain online sales by implementing promotional programmes to encourage online purchasing. FAMACO also supported the use of the AgroBazaar Online (ABO) application and Shopee as online transaction platforms.

AKTIVITI URUS NIAGA
BUSINESS ACTIVITIES



Proses Kopi Di Kilang PMMF Banting, Selangor. / *Coffee Processing at PMMF Factory, Banting, Selangor.*



Proses Madu Di Kilang PMMF Kuala Nerang, Kedah. / *Honey Processing at PMMF Factory, Kuala Nerang, Kedah.*



Pembukaan Outlet Baharu Agrobazaar Tiara, Sendayan, Negeri Sembilan. /
Opening of New Agrobazaar Outlet in Tiara Sendayan, Negeri Sembilan.





▸ Pengimportan Kelapa Tua dari Indonesia. / *Import of Mature Coconuts from Indonesia.*



▸ Pengeksportan Produk OEM ke Filipina. *OEM Product Export to Phillipine.*



▸ Penghantaran Produk Agromas ke Sarawak. / *Delivery of AgroMas Products to Sarawak.*







▸ Pengedaran Barangan Kit NADMA / *Distribution of NADMA Kit Items.*





▸ Pengedaran Barangan Segar / *Fresh Produce Distribution.*

AKTIVITI DAN PROGRAM SEPANJANG TAHUN 2024
ACTIVITIES AND PROGRAMME FOR YEAR 2024



▸ Jualan Agromadani di Dataran DBKL, Kuala Lumpur pada 29 Januari 2024.
Agromadani Sales at Dataran DBKL, Kuala Lumpur on 29 January 2024.





▸ FAMA Corporation Sdn Bhd menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) bersama syarikat Al Bakrawe Group LLC. FAMACO menyertai program Gulfood Dubai 2024 yang bertempat di Dubai World Trade Centre, UAE pada 19 Februari 2024 sehingga 23 Februari 2024. / *FAMACO signed a Memorandum of Understanding (MoU) with Al Bakrawe Group LLC. FAMACO participated in the Gulfood Dubai 2024 program, held at the Dubai World Trade Centre, UAE, from 19 to 23 February 2024.*



▸ Program Jualan dan Pameran Pesta Angin Timur, Arau, Perlis pada 1 - 3 Mac 2024.
East Wind Festival Sales and Exhibition Program, Arau, Perlis on 1 - 3 March 2024.



▸ Karnival Selayangku Sayang, Bandar Baru Selayang, Selangor pada 2 dan 3 Mac 2024.
Selayangku Sayang Carnival, Bandar Baru Selayang, Selangor on 2 and 3 March 2024.



▸ Program Jualan dan Pameran Karnival Agro Johor, Batu Pahat, Johor pada 26 - 28 Julai 2024.
Sales and Exhibition Program at the Agro Johor Carnival, Batu Pahat, Johor from 26 – 28 July 2024.



▸ Selangor International Expo (SIE), KLCC, Kuala Lumpur pada 16 - 19 October 2024.
Selangor International Expo (SIE), KLCC, Kuala Lumpur from 16 – 19 October 2024.





Penyertaan Jualan dan Pameran Sempena MAHA 2024 MAEPS, Serdang, Selangor pada 11 hingga 22 September 2024
Participation in Sales and Exhibition at MAHA 2024, MAEPS, Serdang, Selangor from 11 to 22 September 2024.

CABARAN

Keupayaan kewangan yang terhad merupakan faktor yang menyumbang kepada kelemahan perjalanan aktiviti syarikat. Ketidakseimbangan kos bahan mentah dan kelemahan mata wang menjadi faktor kelembapan pasaran. Kos sara hidup yang tinggi dan pendapatan isi rumah rakyat yang kurang telah menjejaskan kuasa membeli pengguna. Selain itu, bagi urus niaga pengimportan komoditi kelapa harga yang tidak konsisten memberi kesan ketara kepada prestasi jualan syarikat. Persaingan harga yang sentiasa berubah bagi pasaran terbuka dengan negara asia lain bagi komoditi tersebut memberi impak secara langsung kepada nilai urus niaga syarikat.

Pengenalan produk yang mampu milik melalui pembungkusan minima (medium pack) dan pengecilan produk (resize product) menjadi langkah utama bagi memenuhi permintaan pelanggan setia produk agromas yang mementingkan kualiti tinggi pada harga yang mampu milik untuk dipasarkan di outlet-outlet peruncitan yang telah dibangunkan.

Pembukaan outlet peruncitan baharu dan penggunaan mesin memproses yang berteknologi tinggi dan canggih adalah sebagai pendekatan yang ketara dalam meningkatkan kemajuan syarikat pada masa akan datang meskipun pulangan pelaburan (ROI) mengambil masa yang lama iaitu tiga hingga lima tahun.

CHALLENGES

Limited financial capacity has been a contributing factor to the challenges faced in the company's operations. Imbalances in raw material costs and currency weaknesses have led to market sluggishness. High living costs and low household incomes have adversely affected consumer purchasing power. Additionally, in the importation of coconut commodities, inconsistent pricing has significantly impacted the company's sales performance. Constantly changing price competition in the open market with other Asian countries for these commodities has directly affected the company's transaction values.

The introduction of affordable products through minimal packaging (medium packs) and product resizing has been a key strategy to meet the demand of loyal AgroMas customers who value high quality at affordable prices, for distribution in the retail outlets developed by the company.

The opening of new retail outlets and the adoption of advanced, high-tech processing machinery represent significant approaches to driving the company's future growth, even though the return on investment (ROI) is expected to take three to five years.

TRANSFORMASI PENGURUSAN SECARA STRATEGIK
ENHANCING MANAGEMENT EFFECTIVENESS

FAMA mempertingkatkan keberkesanan pengurusan menerusi pelaksanaan dan pemantauan projek/ program serta aktiviti melalui peruntukan yang disalurkan, pengurusan sumber manusia dan pentadbiran, pembangunan sistem dan perkhidmatan digital, latihan kakitangan, pengurusan projek fizikal, kajian keberkesanan program, komunikasi korporat, audit dalaman, urusan undang-undang, serta pelaksanaan program sokongan FAMA.

FAMA enhances management effectiveness through the implementation and monitoring of projects/ programmes and activities by ensuring the efficient utilization of allocated funds, human resource and administrative management, development of digital systems and services, staff training, physical project management, programme effectiveness studies, corporate communications, internal audits, legal affairs, and the execution of FAMA support programmes.

PELAKSANAAN DAN PENCAPAIAN PROJEK/PROGRAM

Dalam konteks kos sara hidup yang semakin meningkat di Malaysia, FAMA memainkan peranan penting dalam menstabilkan harga dan memastikan bekalan agromakanan mencukupi melalui pelaksanaan program di setiap peringkat rantaian bekalan — pengumpulan, pengedaran, pengeksportan, peruncitan dan pengguna. Peranan ini adalah kritikal dalam mengawal inflasi harga makanan sekaligus mengurangkan beban kos sara hidup rakyat.

Sepanjang RMKe-12, FAMA telah melaksanakan projek bernilai RM248.75 juta, termasuk tiga (3) projek sambungan RMKe-11 (RM100 juta) dan projek baharu serta sedia ada (RM148.75 juta). Pelaburan ini membantu mengekalkan kestabilan bekalan makanan tempatan, seterusnya menyumbang kepada pengawalan harga runcit yang lebih berpatutan.

Menghadapi cabaran kenaikan kos sara hidup, FAMA terus memperkukuh pengedaran produk agromakanan bagi memastikan aksesibiliti makanan pada harga yang mampu milik. Pada tahun 2024, FAMA menerima peruntukan RM42.07 juta, meningkat 3.46 peratus (RM1.41 juta) berbanding 2023, mencerminkan komitmen kerajaan dalam memastikan sekuriti makanan negara. Usaha ini secara langsung menyokong rakyat Malaysia menghadapi tekanan ekonomi dengan memastikan bekalan makanan stabil dan harga terkawal. Ringkasan peruntukan pembangunan FAMA bagi tahun 2023 dan 2024 seperti di **Rajah 58.**

IMPLEMENTATION AND ACHIEVEMENTS OF PROJECTS/PROGRAMMES

In the context of the rising cost of living in Malaysia, FAMA plays a crucial role in stabilizing prices and ensuring sufficient agri-food supply through programmes implemented at every stage of the supply chain — collection, distribution, export, retail, and consumption. This role is critical in controlling food price inflation, thereby alleviating the cost of living burden on the population.

Throughout the 12th Malaysia Plan (RMKe-12), FAMA implemented projects worth RM248.75 million, including three (3) continuation projects from RMKe-11 (RM100 million) and new and existing projects (RM148.75 million). This investment helps maintain the stability of local food supply, contributing to more affordable retail prices.

Facing the challenge of rising living costs, FAMA continues to strengthen the distribution of agri-food products to ensure food accessibility at affordable prices. In 2024, FAMA received an allocation of RM42.07 million, an increase of 3.46 percent (RM1.41 million) compared to 2023, reflecting the government's commitment to ensuring national food security. These efforts directly support Malaysians in coping with economic pressures by ensuring stable food supply and controlled prices. A summary of FAMA's development allocations for 2023 and 2024 is shown in ***Figure 58****.*

RAJAH 58. PERUNTUKAN PEMBANGUNAN FAMA BAGI TAHUN 2023 DAN 2024
FIGURE 58. *FAMA DEVELOPMENT ALLOCATIONS FOR YEAR 2023 AND 2024*

IBU PEJABAT *HEADQUARTERS*	NEGERI *STATE*
2023	2023
RM24.00 juta / *million* (59.03%)	**RM16.66** juta / *million* (40.97%)
2024	2024
RM23.28 juta / *million* (55.33%)	**RM18.79** juta / *million* (44.67%)



2023
RM40.66
JUTA / *Million*

2024
RM42.07
JUTA / *Million*

BIL *NO.*	NAMA PROJEK *PROJECT NAME*	2023 RM Juta/ *Million*	2024 RM Juta/ *Million*	JENIS PROJEK *PROJECT TYPE*
1	Khidmat Pemasaran Urusniaga / *Trading Marketing Services*	4.80	4.70	Sambungan *Continuation*
2	Pengukuhan Rangkaian Peruncitan Pasar Tamu di Sabah dan Sarawak *Strengthening Retail Network of Pasar Tamu in Sabah and Sarawak*	2.00	9.89	
3	Perluasan Akses Pasaran Menerusi Pembangunan Pasar Tani Kekal *Expanding Market Access through the Development of Permanent Farmers' Markets*	4.98	-	
4	Digital Agrifood Marketing	8.00	5.30	Sedia Ada Baharu *Existing New*
5	Pembangunan Standard Pemasaran Segar *Development of Fresh Marketing Standards*	0.64	0.64	
6	Pakej Pembekalan Agromula / *Agromula Supply Package*	2.50	1.86	
7	Pakej Pembekalan Agrosedia-Anchor Pembekal *Agrosedia Supply Package – Anchor Supplier*	0.32	0.32	
8	Pakej Pembekalan Agrosedia-Transformasi Institusi Pemasaran *Agrosedia Supply Package – Marketing Institution Transformation*	1.40	0.82	
9	Pakej Pembekalan Agrosedia-Pengukuhan Institusi Peruncitan *Agrosedia Supply Package – Retail Institution Strengthening*	3.50	2.16	
10	Pakej Pembekalan Agrosedia-Program Rangsangan Pemasar *Agrosedia Supply Package – Market Stimulus Programme*	0.70	0.74	
11	Pakej Pembekalan Agroxport / *Agroxport Supply Package*	1.80	2.69	
12	Pakej Pengukuhan Pasaran Mikro IAT *Micro Market Strengthening Package (Agro Based Industries)*	2.20	2.10	
13	Pakej Pengukuhan Pasaran Sederhana Produk IAT *Medium Product Market Strengthening Package (Agro Based Industries)*	1.50	1.75	
14	Pembangunan Usahawan Perintis / *Pioneer Entrepreneur Development*	0.90	1.06	
15	Pengukuhan Pemasaran Online / *Online Marketing Strengthening*	1.60	1.87	
16	Pengukuhan Bazaar Rakyat (MyRakyat) / *Strengthening MyRakyat Bazaar*	0.87	0.87	
17	Kajian Risikan Pasaran / *Market Intelligence Studies*	0.60	1.20	
18	Naik taraf Fasiliti Pemasaran di Pasir Puteh Kelantan *Upgrading Marketing Facilities in Pasir Puteh, Kelantan*	0.50	0.50	
19	Naik taraf Institut Latihan FAMA Port Dickson / *Upgrading FAMA Training Institute, Port Dickson*	0.85	3.30	Sedia Ada Baharu *Existing New*
20	Pembinaan Kuarters Kakitangan FAMA di Cameron Highlands, Pahang / *Construction of FAMA Staff Quarters in Cameron Highlands, Pahang*	1.00	0.30	
	JUMLAH KESELURUHAN / *TOTAL*	**40.66**	**42.07**	

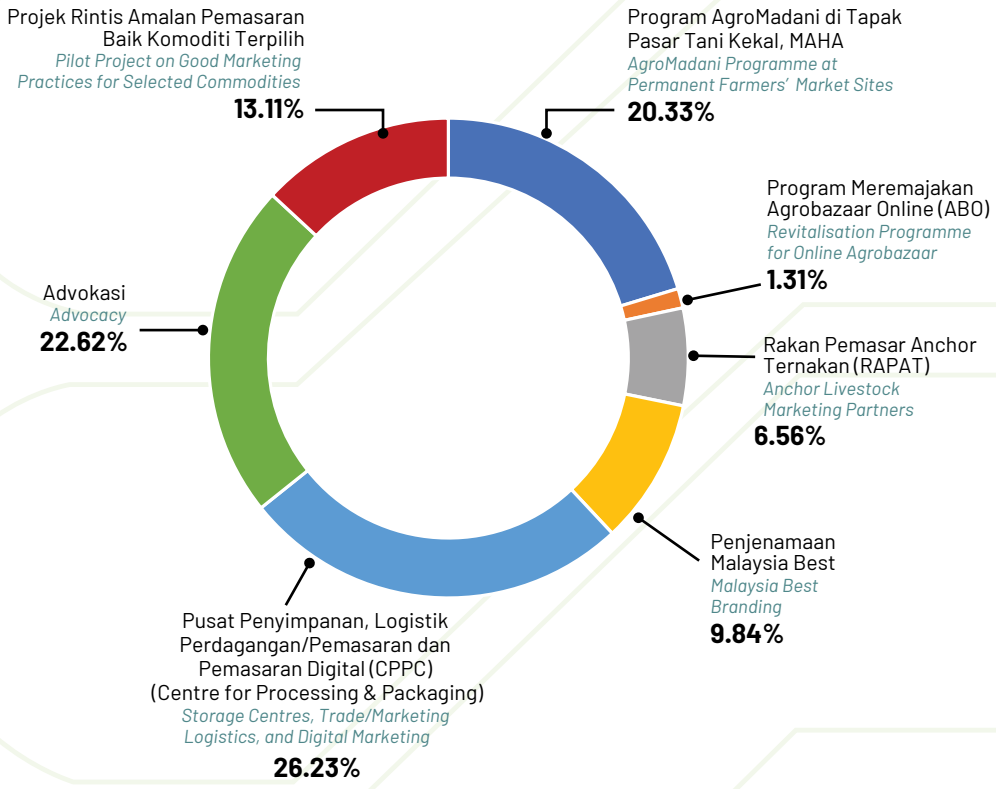
PROGRAM PENGUKUHAN KETERJAMINAN MAKANAN NEGARA TAHUN 2024

Sebagai usaha memperkasakan keterjaminan makanan negara pada tahun 2024, FAMA telah diperuntukkan sebanyak RM15.25 juta di bawah Program Keterjaminan Makanan Negara Tahun 2024 yang merangkumi tujuh (7) bilangan projek iaitu Program Agro Madani di Tapak Pasar Tani Kekal MAHA (RM3.10 juta), Program Meremajakan Agrobazaar Online (RM0.20 juta), Rakan Pemasar Anchor Ternakan - RAPAT (RM1.00 juta), Penjenamaan Malaysia's Best (RM1.50 juta), Pusat Penyimpanan, logistik perdagangan/ pemasaran dan pemasaran digital – CPPC (RM4.00 juta), Advokasi (RM3.45 juta) dan Projek Rintis Amalan Pemasaran Baik Komoditi Terpilih (RM2.00 juta) seperti di **Rajah 59**.

NATIONAL FOOD SECURITY STRENGTHENING PROGRAMME 2024

*As an effort to strengthen national food security in 2024, FAMA was allocated RM15.25 million under the 2024 National Food Security Programme, covering seven (7) projects: the Agro Madani Programme at the MAHA Permanent Pasar Tani site (RM3.10 million), Agrobazaar Online Revitalization Programme (RM0.20 million), Anchor Livestock Marketing Partners – RAPAT (RM1.00 million), Malaysia Best Branding (RM1.50 million), Storage Centres, Trade/Marketing Logistics, and Digital Marketing – CPPC (RM4.00 million), Advocacy (RM3.45 million), and the Pilot Project for Good Marketing Practices of Selected Commodities (RM2.00 million), as shown in **Figure 59**.*

Rajah 59. Pecahan Peruntukan Program Keterjaminan Makanan Negara Tahun 2024
Figure 59. *Breakdown of the National Food Security Programme Allocation for Year 2024*



PENCAPAIAN PROJEK/PROGRAM FAMA

Pelaksanaan projek dan program diteruskan pada tahun 2024 untuk mencapai sasaran yang telah dirancang bagi tempoh Rancangan Malaysia Kedua Belas (RMK-12). Pada tahun 2024, nilai jualan di outlet pemasaran FAMA menunjukkan sedikit penurunan sekitar 5.04 peratus iaitu RM2.26 bilion berbanding

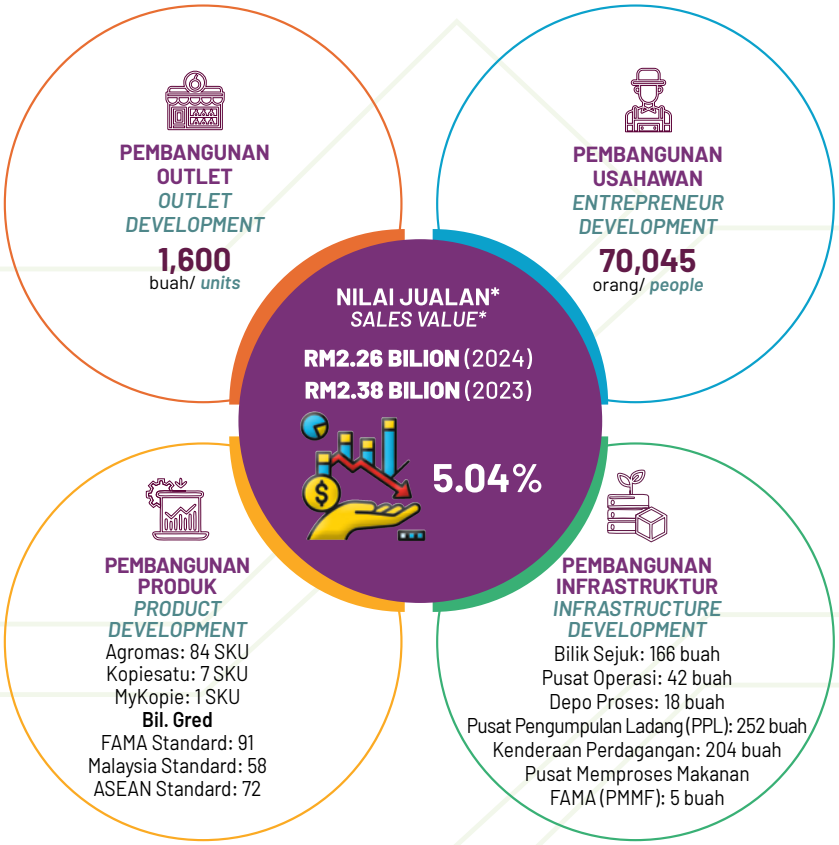
FAMA PROJECT/PROGRAMME ACHIEVEMENTS

The implementation of projects and programmes continued in 2024 to achieve the targets planned for the Twelfth Malaysia Plan (RMK-12) period. In 2024, sales value at FAMA marketing outlets recorded a slight decline of approximately 5.44 percent, amounting to RM2.26 billion compared to RM2.39 billion in 2023. This decrease

RM2.39 bilion pada tahun 2023. Penurunan ini adalah disebabkan oleh beberapa faktor termasuklah gangguan bekalan barangan keperluan, kenaikan harga bekalan, perubahan peruntukan dan ketidaktentuan ekonomi global. Secara keseluruhan, pencapaian bagi projek/program FAMA pada tahun 2024 adalah seperti di **Rajah 60**.

was attributed to several factors, including disruptions in the supply of essential goods, increases in supply prices, changes in allocations, and global economic uncertainties. Overall, the achievements of FAMA projects/programmes in 2024 are illustrated in ***Figure 60****.*

Rajah 60. Ringkasan Pencapaian Projek dan Program FAMA sehingga 31 Disember 2024
Figure 60. *Summary of FAMA Project and Programme Achievements as at 31st December 2024*



Nota / ***Note***:
1. Bilangan bagi skop pembangunan outlet, usahawan, produk dan infrastruktur adalah terkumpul merangkumi sedia ada dan baharu sehingga 31 Disember 2024.
   The figures for the scope of outlet development, entrepreneurs, products, and infrastructure are cumulative, comprising both existing and new components as at 31st December 2024.
2. Nilai jualan: *Januari 2024 hingga Disember 2024.
   *Sales value: *January 2024 to December 2024.*

PENGURUSAN SUMBER MANUSIA

PERJAWATAN

Jumlah perjawatan di FAMA pada tahun 2024 adalah sebanyak 2,584 jawatan dengan kelulusan pengisian jawatan sebanyak 2,341 jawatan iaitu bersamaan 90.60 peratus seperti di **Jadual 33**. Pengisian perjawatan yang diluluskan adalah sebanyak 34 jawatan bagi menggantikan kakitangan yang bersara, meninggal dunia dan penamatan perkhidmatan.

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

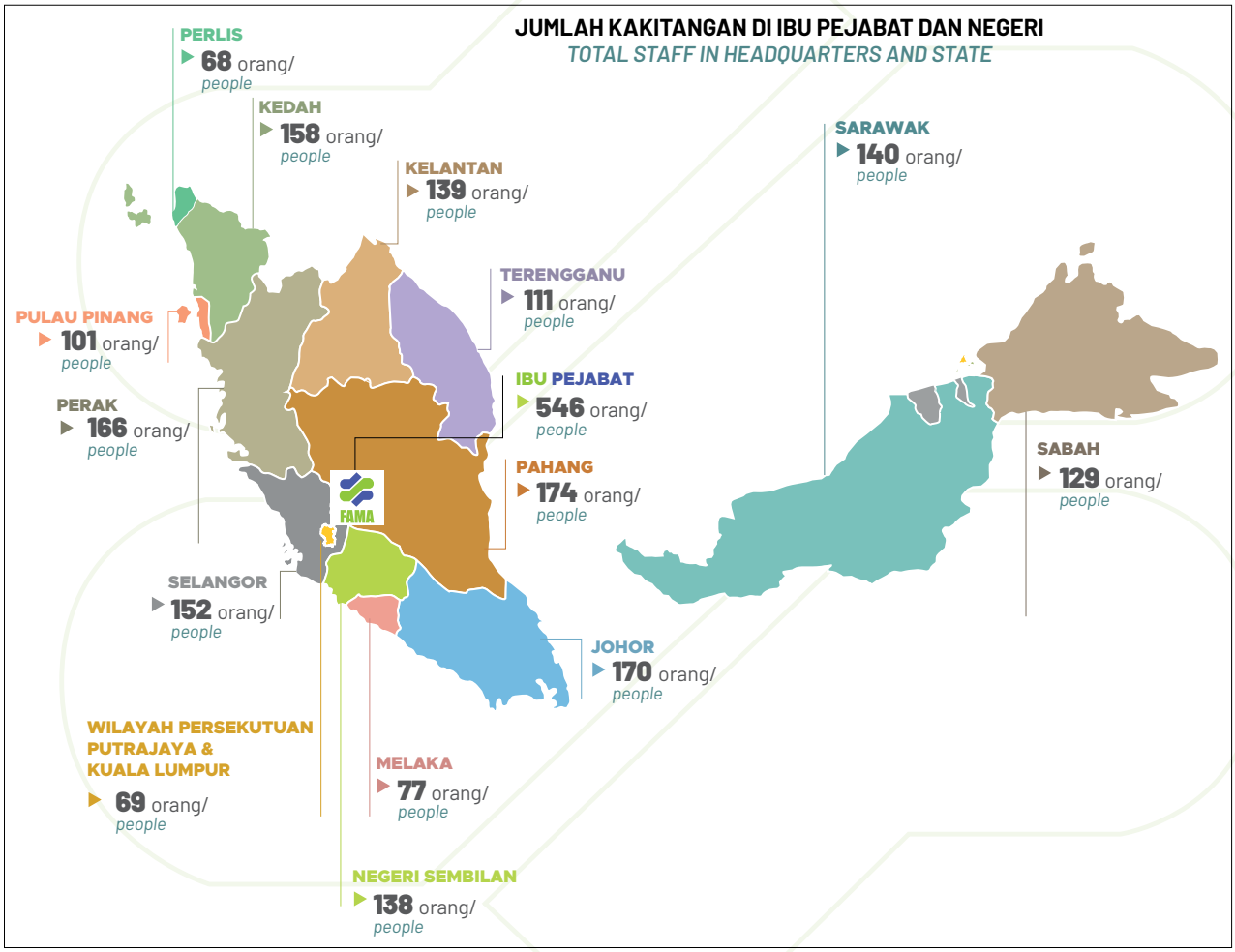
STAFFING

The total staffing at FAMA in 2024 comprised 2,584 positions, with approval granted to fill 2,341 positions, equivalent to 90.60 per cent, as shown in ***Table 33****. The approved staffing intake included 34 positions to replace employees who had retired, passed away, or had their services terminated.*

Jadual 33. Bilangan Pegawai dan Kakitangan FAMA mengikut Kumpulan Perkhidmatan sehingga 31 Disember 2024
Table 33. *Number of FAMA Officers and Staff by Service Group as at 31st December 2024*

BIL. *NO.*	KUMPULAN PERJAWATAN *STAFFING GROUP*	JUMLAH PERJAWATAN *TOTAL STAFF*	PENGISIAN *POSITIONS FILLED*	PENGISIAN (%) *FILL RATE (%)*
1.	Pengurusan Tertinggi *Top Management*	4	4	100.0
2.	Kumpulan Pengurusan dan Profesional *Management and Professional Group*	243	236	97.12
3.	Kumpulan Pelaksana *Implementation Group*	2,337	2,098	86.77
JUMLAH / *TOTAL*		**2,584**	**2,338**	**90.48**

Rajah 61. Jumlah Kakitangan mengikut Penempatan sehingga 31 Disember 2024
Figure 61. *Total Staff by Placement as at 31st December 2024*



Kelulusan Pengisian Jawatan Tahun 2024

Tahun 2024 merupakan tahun yang mencabar kepada FAMA dari segi sumber tenaga manusia kerana jumlah kelulusan pengisian yang diterima adalah rendah iaitu 34 jawatan sahaja berbanding jumlah permohonan pengisian jawatan dipohon iaitu 78 jawatan. Justeru

Approval of Staffing for 2024

The year 2024 was a challenging year for FAMA in terms of human resources, as the number of approved staffing positions was limited, with only 34 positions approved compared to 78 positions applied for. Consequently, the Human Resource Management Division identified the

itu, Bahagian Pengurusan Sumber Manusia telah mengenal pasti keperluan pengisian jawatan yang kritikal mengikut Bahagian, Cawangan dan Negeri dengan mengambil kira peranan, skop dan kompleksiti tugas bagi menyokong Bahagian Operasi, Bahagian Pembangunan dan Bahagian Khidmat Pengurusan FAMA. Berikut merupakan jumlah kelulusan dan pengisian jawatan yang telah dilaksanakan untuk tahun 2024 **(Jadual 34)**.

critical staffing needs by Division, Branch, and State, taking into account the roles, scope, and complexity of tasks to support the Operations Division, Development Division, and FAMA Management Services Division. The following table shows the number of approved and filled positions for 2024 ***(Table 34)***.

Jadual 34. Jumlah Kelulusan dan Pengisian Jawatan yang telah Dilaksanakan untuk Tahun 2024
Table 34. *Total Approvals and Filled Positions for Year 2024*

BIL. *NO.*	JAWATAN *POSITION*	GRED *GRADE*	KELULUSAN PENGISIAN *APPROVAL OF STAFFING*	PENGISIAN YANG TELAH DILAKSANAKAN *POSITIONS FILLED*
1	Pegawai Ehwal Ekonomi *Economic Affairs Officer*	E41	2	2
2	Pegawai Teknologi Maklumat *Information Technology Officer*	F41	1	1
3	Akauntan / *Accountant*	WA41	1	1
4	Penolong Pegawai Ehwal Ekonomi *Assistant Economic Affairs Officer*	E29	9	9
5	Penolong Pegawai Tadbir *Assistant Administrative Officer*	N29	1	1
6	Pembantu Ehwal Ekonomi *Economic Affairs Assistant*	E19	6	6
7	Pembantu Tadbir (Perkeranian/ Operasi) *Administrative Assistant (Clerical/ Operations)*	N19	1	1
8	Pembantu Akauntan *Assistant Accountant*	W19	2	2
9	Pembantu Awam *General Assistant*	H11	3	3
10	Pemandu Kenderaan *Driver*	H11	8	8
JUMLAH / *TOTAL*			**34**	**34**

Projek Naik Taraf Sistem Pengurusan Sumber Manusia FAMA (HRMF)

Sistem Pengurusan Sumber Manusia FAMA (HRMF) telah dibangunkan selaras dengan inisiatif pendigitalan FAMA. Pembangunan sistem melibatkan pengenalan enam (6) modul utama baharu iaitu modul kerja lebih masa, gaji, elaun, profail kakitangan, kenaikan pangkat dan gantian cuti rehat. Sistem ini telah dirancang dan dilaksanakan dengan kerjasama antara Bahagian Pengurusan Sumber Manusia, Bahagian Kewangan, Bahagian Perkhidmatan Digital serta penyedia perkhidmatan luar.

FAMA Human Resource Management System (HRMF) Upgrade Project

The FAMA Human Resource Management System (HRMF) was developed in line with FAMA's digitalisation initiatives. The system development involved the introduction of six (6) new core modules, namely overtime, salary, allowance, staff profile, promotion, and leave replacement modules. This process was planned and implemented through collaboration between the Human Resource Management Division, Finance Division, Digital Services Division, and external service providers.

Projek ini turut melibatkan pembangunan modul khusus bagi Pusat Memproses Makanan FAMA (PMMF) yang merangkumi integrasi dengan Sistem Kewangan FAMA (FIS) serta *Host to Host* (H2H) dengan sistem bank. Pembangunan ini menyokong usaha transformasi digital sejajar dengan objektif Pelan Strategik Pendigitalan Sektor Awam 2021-2025, Blueprint Ekonomi Digital Malaysia, Dasar IR 4.0 Negara serta Pelan Strategik ICT FAMA 2021-2025 dan FAMA Digital Blueprint: *Staff and Agropreneur Empowerment* 2023-2030. Penambahbaikan ini dijangka dapat memacu produktiviti dan mendukung proses pendigitalan kerja serta memperkukuhkan operasi di FAMA.

The project also included the development of a dedicated module for the FAMA Food Processing Centre (PMMF), which incorporates integration with the FAMA Financial System (FIS) and Host-to-Host (H2H) connections with banking systems. This development supports digital transformation efforts in line with the objectives of the Public Sector Digitalisation Strategic Plan 2021–2025, Malaysia Digital Economy Blueprint, National IR 4.0 Policy, FAMA ICT Strategic Plan 2021–2025, and FAMA Digital Blueprint: Staff and Agropreneur Empowerment 2023–2030. These enhancements are expected to boost productivity, support digital work processes, and strengthen operations at FAMA.

Pelaksanaan Sistem Saraan Perkhidmatan Awam (SSPA)

Pada tahun 2024, FAMA telah melaksanakan sesi libat urus bersama Pengurusan Tertinggi, Kumpulan Pengurusan dan Profesional dan Kumpulan Pelaksana berhubung pelaksanaan Sistem Saraan Perkhidmatan Awam (SSPA) bagi menggantikan Sistem Saraan Malaysia (SSM) berkuat kuasa 1 Disember 2024 selaras dengan arahan kerajaan dengan objektif meningkatkan kesejahteraan penjawat awam.

Peningkatan kos emolumen yang terlibat merupakan suatu dokongan untuk meningkatkan kebajikan kakitangan serta produktiviti dan penyampaian perkhidmatan. Pelaksanaan ini melibatkan penyesuaian sistem, perubahan gred dan pelarasan gaji baharu bagi semua kakitangan.

Implementation of the Public Service Remuneration System (SSPA)

In 2024, FAMA conducted engagement sessions with Senior Management, the Management and Professional Group, and the Implementation Group regarding the implementation of the Public Service Remuneration System (SSPA), which replaced the Malaysia Remuneration System (SSM) effective 1st December 2024, in line with government directives aimed at improving public servants' welfare.

The increased emolument costs represent support for enhancing staff welfare, productivity, and service delivery. The implementation involved system adjustments, grade changes, and new salary alignments for all staff.



▸ Sesi Libat Urus SSPA bagi warga kerja FAMA yang berlangsung di Dewan Bunga Raya, Ibu Pejabat pada 08 hingga 09 Oktober 2024. / *SSPA Engagement Session for FAMA staff held at Bunga Raya Hall, Headquarters, from 8 to 9 October 2024.*

Pemangkuan Kenaikan Pangkat dan Peminjaman Kakitangan FAMA

Urusan pemangkuan dan kenaikan pangkat seperti di **Rajah 62** telah dilaksanakan bagi memastikan pegawai dan kakitangan diberi pengiktirafan dengan kenaikan pangkat berdasarkan prestasi terbaik yang telah ditunjukkan dalam melaksanakan peranan dan fungsi FAMA dengan berkesan. Kekosongan jawatan Timbalan Ketua Pengarah telah berlaku susulan persaraan penyandang sedia ada, justeru pelantikan baharu telah diisi bagi memastikan kesinambungan kepimpinan dan kelancaran pengurusan organisasi.

FAMA juga melaksanakan peminjaman kakitangan sebagai satu kaedah untuk meningkatkan pengetahuan, kepakaran dan kemahiran pegawai di FAMA. Peminjaman kakitangan bagi tahun 2024 adalah seperti **Jadual 35**.

Acting Promotions and Secondment of FAMA Staff

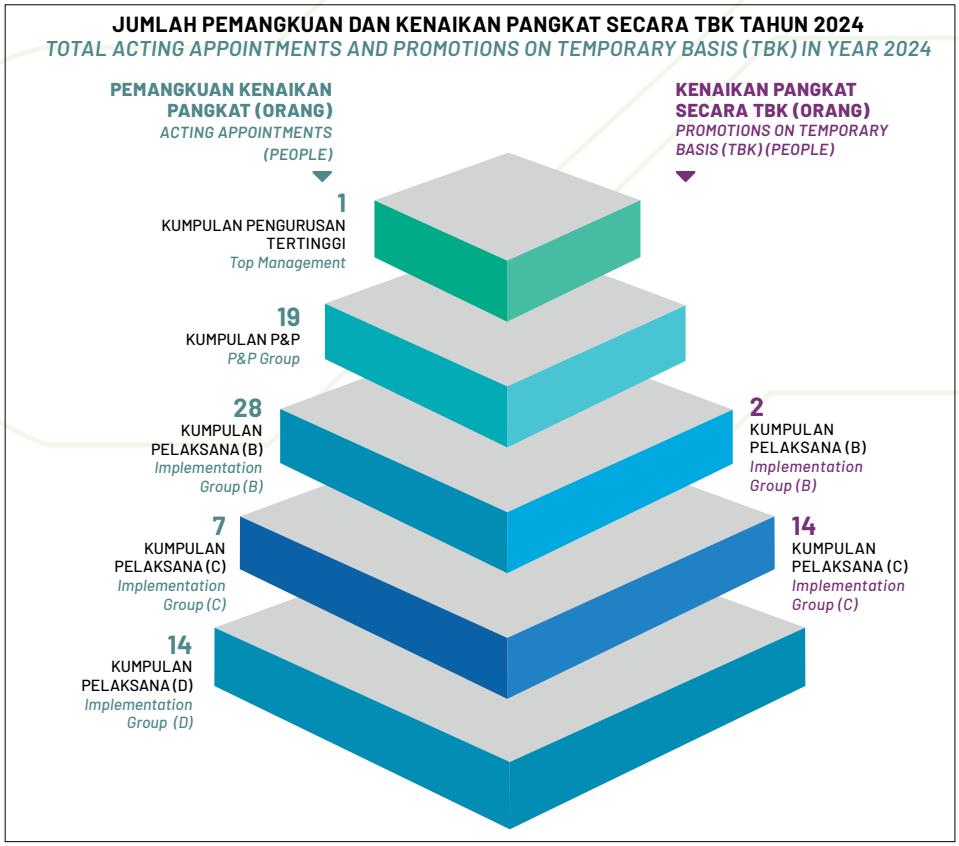
*The management of acting appointments and promotions, as shown in **Figure 62**, was carried out to ensure that officers and staff are recognised with promotions for their outstanding performance in effectively fulfilling FAMA's roles and functions. A vacancy for the Deputy Director-General arose following the retirement of the incumbent, and a new appointment was made to ensure continuity of leadership and smooth organisational management.*

*FAMA also implements staff secondments as a method to enhance the knowledge, expertise, and skills of its officers. The secondments for 2024 are shown in **Table 35**.*

Jadual 35. Jumlah Peminjaman Kakitangan FAMA
Table 35. *Total Secondments of FAMA Staff*

PERKARA *ITEM*	FAMACORP. / *FAMACORP.*		KPKM	JUMLAH (ORANG) *TOTAL (PEOPLE)*
	KUMPULAN P&P *P&P GROUP*	KUMPULAN SOKONGAN *SUPPORT GROUP*	KUMPULAN P&P *P&P GROUP*	
Bilangan Peminjaman Kakitangan *Number of Staff Secondments*	2	6	2	10

Rajah 62. Jumlah Pemangkuan dan Kenaikan Pangkat Secara TBK Tahun 2024
Figure 62. *Total Acting Appointments and Promotions on Temporary Basis (TBK) in Year 2024*



Jumlah Pegawai dan Kakitangan yang Bersara dan Meninggal Dunia Tahun 2024

Pada tahun 2024, seramai 53 orang pegawai dan kakitangan telah bersara seperti di **Rajah 63**. Manakala, empat (4) orang pegawai dan kakitangan telah meninggal dunia semasa dalam perkhidmatan.

Total Retired and Demised Officers and Staff in 2024

*In 2024, a total of 53 officers and staff retired, while four (4) officers and staff passed away during service, as shown in **Figure 63**.*

Rajah 63. Trend Perbandingan Persaraan Wajib, Persaraan Pilihan dan Pencen Terbitan Tahun 2022, 2023 dan 2024
Figure 63. *Trend Comparison of Compulsory Retirement, Voluntary Retirement and Pension Issuances in Year 2022, 2023 and 2024*



Majlis Mengetik Kad Perakam Waktu Terakhir Tahun 2024 Peringkat Ibu Pejabat

Majlis Mengetik Kad Perakam Waktu Terakhir telah diadakan melibatkan seramai 15 orang pegawai dan kakitangan di Ibu Pejabat FAMA yang bersara wajib dan bersara pilihan bagi tahun 2024 seperti di **Rajah 64**. Majlis ini dilaksanakan di penempatan terakhir pegawai dan kakitangan tersebut dengan kehadiran pihak Pengurusan FAMA.

Final Punch Card Ceremony 2024 at Headquarters

*The Final Punch Card Ceremony involved 15 officers and staff at FAMA Headquarters who retired compulsorily or voluntarily in 2024, as shown in **Figure 64**. The ceremony was conducted at the final posting locations of the officers and staff, with the presence of FAMA Management.*

Rajah 64. Majlis Mengetik Kad Perakam Waktu Terakhir di Ibu Pejabat FAMA Tahun 2024
Figure 64. *Achievements of Punch Card Ceremony at FAMA Headquarters in Year 2024*



Majlis Anugerah Perkhidmatan Cemerlang dan Jasamu Dikenang Tahun 2024

Seramai 205 orang pegawai dan kakitangan telah dianugerahkan perkhidmatan cemerlang bagi tahun 2024 di Majlis Anugerah Perkhidmatan Cemerlang (APC) dan Jasamu Dikenang. Majlis ini telah diadakan pada 5 Mac 2024 bertempat di Pusat Belia Antarabangsa (IYC), Cheras, Kuala Lumpur. Penyampaian anugerah telah disempurnakan oleh YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd, Timbalan Ketua Setiausaha (Pembangunan) Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM).

Penghargaan juga diberikan kepada 65 pegawai dan kakitangan yang telah menyumbangkan khidmat bakti kepada FAMA bagi tempoh tertentu melalui Anugerah Khidmat Setia (AKS) iaitu 20 tahun perkhidmatan dan Anugerah Khas iaitu 40 tahun perkhidmatan. Pada masa yang sama, penghargaan turut diberikan kepada 56 orang pegawai dan kakitangan yang bersara pada tahun 2024 melalui Anugerah Jasamu Dikenang.

Excellent Service dan "Jasamu Dikenang" Awards Ceremony 2024

A total of 205 officers and staff were awarded for excellent service in 2024 at the Excellent Service Awards (APC) and "Jasamu Dikenang" Ceremony. The event was held on 5 March 2024 at the International Youth Centre (IYC), Cheras, Kuala Lumpur. The awards were presented by YBhg. Datuk Badrul Hisham bin Mohd, Deputy Secretary-General (Development), Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM).

Recognition was also given to 65 officers and staff who contributed long-standing service to FAMA through the Loyalty Service Award (AKS) for 20 years of service and the Special Award for 40 years of service. At the same time, appreciation was extended to 56 officers and staff who retired in 2024 through the "Jasamu Dikenang" Award.





▸ Penyampaian Anugerah Perkhidmatan Cemerlang (APC) di Dewan Kampo, Pusat Belia Antarabangsa (IYC), Cheras, Kuala Lumpur pada 5 Mac 2024. / *Presentation of the Excellent Service Awards (APC) at Kampo Hall, International Youth Centre (IYC), Cheras, Kuala Lumpur, on 5 March 2024.*

Psikologi dan Kaunseling

FAMA bertanggungjawab dalam menguruskan kesihatan psikologi dan mental kakitangan terutamanya yang berprestasi rendah. Melalui pendekatan psikologi dan kaunseling secara individu atau kelompok serta program-program pembangunan diri yang telah dilaksanakan, FAMA berjaya membantu pegawai dan kakitangan yang terlibat.

Antara strategi yang dilaksanakan adalah melalui penganjuran seminar, forum, ceramah dan bengkel mengikut modul pengupayaan kendiri, pembangunan pencegahan dan pemulihan. Selain itu, FAMA turut menyantuni kakitangan yang diuji dengan masalah kesihatan, bencana dan kematian melalui program Ziarah Kasih.

Psychology and Counselling

FAMA is responsible for managing the psychological and mental well-being of their staff, particularly those with lower performance levels. Through psychological approaches, individual or group counselling, and self-development programmes that have been implemented, FAMA has successfully assisted the officers and staff involved.

Among the strategies implemented were the organisation of seminars, forums, talks, and workshops based on modules for self-empowerment, prevention, and rehabilitation development. In addition, FAMA also extends care and support to employees who are facing health issues, disasters, and bereavement through the Ziarah Kasih programme.



▸ Kursus Pengupayaan Kendiri: KATARSIS bertempat KELA Adventure Camp, Raub Pahang pada 2 Februari 2024. / *Self-Empowerment Course: CATHARSIS held at KELA Adventure Camp, Raub, Pahang, on 2 February 2024*



Ziarah Kasih Balu kepada Allahyarham Muhammad Redha Jaafar, Penolong Jurutera FAMA Negeri Pahang yang telah kembali ke rahmatullah pada 1 Julai 2024. Ziarah kasih ini telah diketuai oleh YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri, Ketua Pengarah FAMA bersama isteri, YBrs. Puan Salina binti Nawi, Pengerusi Puspanita FAMA di rumah kediaman arwah di Pahang pada 21 Julai 2024 (Ahad). Turut hadir YBrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan, Timbalan Ketua Pengarah (Khidmat Pengurusan) FAMA dan YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail, Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan) / *"Ziarah Kasih" visit to the widow of the late Muhammad Redha Jaafar, Assistant Engineer at FAMA Pahang, who passed away on 1 July 2024. The visit was led by YBrs. Mr. Abdul Rashid bin Bahri, Director-General of FAMA, accompanied by his wife, YBrs. Mrs. Salina binti Nawi, Chairperson of FAMA Puspanita, at the late officer's residence in Pahang on 21 July 2024 (Sunday). Also present were YBrs. Mrs. Rosilawati binti Abu Hassan, Deputy Director-General (Management Services) of FAMA, and YBrs. Mr. Faisal Iswardi bin Ismail, Deputy Director-General (Development).*



Ziarah Kasih Puan Aisiah binti Mohamad, Setiausaha Pejabat Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan) di rumah kediamannya di Taman Rawang Perdana, Selayang pada 30 Ogos 2024. Ziarah kasih ini diketuai oleh YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri, Ketua Pengarah FAMA bersama YBrs. Puan Rosilawati binti Abu Hassan, Timbalan Ketua Pengarah (Khidmat Pengurusan) FAMA. / *"Ziarah Kasih" visit to Mrs. Aisiah binti Mohamad, Secretary at the Office of the Deputy Director-General (Development), at her residence in Taman Rawang Perdana, Selayang, on 30 August 2024. The visit was led by YBrs. Mr. Abdul Rashid bin Bahri, Director-General of FAMA, accompanied by YBrs. Mrs. Rosilawati binti Abu Hassan, Deputy Director-General (Management Services) of FAMA.*

PENTADBIRAN

Pengurusan Bajet Mengurus

Pentadbiran FAMA bertanggungjawab mentadbir, mengurus serta menyalurkan perkhidmatan dan kemudahan kepada seluruh warga kerja FAMA dan pelanggan luar. Pengurusan Bajet FAMA bertanggungjawab mengagihkan peruntukan Ibu Pejabat dan Waran Negeri yang telah diluluskan melalui FAMA Integrated System (FIS). Pada tahun 2023, FAMA diperuntukkan sejumlah RM179.48 juta di bawah bajet mengurus. **Jadual 36** dan **37** menunjukkan perbandingan Peruntukan Mengurus bagi tahun 2023 dan 2024.

ADMINISTRATION

Operating Budget Management

*FAMA's administration is responsible for managing, overseeing, and delivering services and facilities to all FAMA staff and external clients. The FAMA Budget Management is responsible for allocating approved Headquarters and State Warrant funds through the FAMA Integrated System (FIS). In 2023, FAMA was allocated a total of RM179.48 million under the operating budget. **Table 36** and **37** show a comparison of the operating budget allocations for 2023 and 2024.*

Jadual 36. Perbandingan Peruntukan Mengurus FAMA Tahun 2023 dan 2024
Table 36. *Comparison of FAMA Operating Budget Allocations for Year 2023 and 2024*

KOMPONEN *COMPONENT*	2023 (RM JUTA) *(RM MILLION)*	2024 (RM JUTA) *(RM MILLION)*	PERATUSAN PENINGKATAN / PENGURANGAN (%) *PERCENTAGE INCREASE / DECREASE (%)*
Dasar Sedia Ada *Existing Policy*	175,025,000	179,480,000	2.54 %
Dasar Baru *New Policy*	-	-	-
Dasar One Off *One Off Policy*	-	-	-
JUMLAH / *TOTAL*	**175,025,000**	**179,480,000**	**2.54%**

Jadual 37. Perbandingan Perincian Peruntukan Mengurus Tahun 2023 dan 2024 mengikut Komponen
Table 37. *Comparison of Operating Budget Details for Year 2023 and 2024 by Component*

KOMPONEN *COMPONENT*	2023 (RM JUTA) *(RM MILLION)*	2024 (RM JUTA) *(RM MILLION)*	PERATUSAN PENINGKATAN / PENGURANGAN (%) *PERCENTAGE INCREASE / DECREASE (%)*
Emolumen / *Emoluments*	126,525,000	127,400,000	0.69
Bekalan dan Perkhidmatan *Supplies and Services*	43,217,700	44,500,000	2.97
Aset / *Assets*	-	980,000	-
Pemberian dan Kenaan Bayaran Tetap *Grants and Fixed Charges*	2,050,000	2,400,000	17.07
Perbelanjaan Lain *Other Expenditures*	3,232,300	4,200,000	29.94
JUMLAH / *TOTAL*	**175,025,000**	**179,480,000**	**2.55**

Peruntukan bagi emolumen, bekalan dan perkhidmatan serta perbelanjaan lain adalah meningkat. Hanya peruntukan bagi pemberian dan kenaan bayaran tetap menurun sebanyak 17.24 peratus mengikut keperluan semasa tahun 2024. Peruntukan bagi tujuan pembelian asset juga turut diberikan pada tahun 2024 sebanyak RM980,000 bagi tujuan pembelian aset kenderaan jabatan.

The allocations for emoluments, supplies and services, and other expenditures have increased. Only the allocation for grants and fixed charges decreased by 17.24 percent based on current requirements for 2024. An allocation of RM980,000 was also provided in 2024 for the purchase of departmental vehicle assets.

Pengurusan Perolehan

Sejajar dengan agenda transformasi perolehan ke arah pendigitalan, Sistem Perolehan Elektronik Dinamik (SPEED) FAMA yang dilaksanakan pada tahun 2021 bagi menggantikan proses perolehan secara manual sebelum ini telah menunjukkan peningkatan dalam aspek tadbir urus perolehan di FAMA. Penggunaan sistem ini dilihat mampu meningkatkan tahap ketelusan, integriti serta tadbir urus sekaligus dapat membina keyakinan rakyat terhadap perkhidmatan FAMA. Melalui sistem ini, FAMA berupaya untuk meningkatkan aspek pengawalan dan pemantauan secara optimum terhadap penggunaan peruntukan Kerajaan.

Procurement Management

In line with the procurement transformation agenda towards digitalisation, FAMA's Dynamic Electronic Procurement System (SPEED), implemented in 2021 to replace the previous manual procurement process, has shown improvements in procurement governance at FAMA. The use of this system is seen to enhance transparency, integrity, and governance, thereby building public confidence in FAMA's services. Through this system, FAMA is able to optimise control and monitoring of Government fund utilisation.

PENGURUSAN ASET FAMA

Pengurusan Aset Alih FAMA

Aset Alih akan direkod dan didaftar di dalam Sistem Pengurusan Aset (SPA) untuk tujuan pemantauan dan mengemaskini segala aset alih.

Pengurusan Aset Tak Alih FAMA

Rekod Aset Tak Alih dikemaskini dengan merujuk Tatacara Pengurusan Aset Tak Alih Kerajaan (TPATA) versi 3.0 2024 supaya aset dapat diselia dan dikemaskini mengikut sukuan tahunan. Status keseluruhan Aset Tak Alih FAMA adalah seperti di **Rajah 65**.

FAMA ASSET MANAGEMENT

FAMA Current Asset Management

Current assets are recorded and registered in the Asset Management System (SPA) for monitoring and updating all current assets.

FAMA Non-Current Asset Management

*Records of non-current assets (land and buildings) are updated in accordance with the Government Non-Current Asset Management Procedures (TPATA) version 3.0, 2024, to ensure assets are monitored and updated on a quarterly basis. The overall status of FAMA's non-current assets is presented in **Figure 65**.*

Rajah 65. Status Keseluruhan Aset Tak Alih FAMA
Figure 65. *Overall Status of FAMA Non-Current Assets*



PENGURUSAN FASILITI

Kemudahan Perbelanjaan Rawatan Perubatan

Kemudahan perbelanjaan rawatan dan perubatan yang diuruskan oleh bahagian ini adalah kepada semua kakitangan FAMA yang bertaraf tetap, kontrak dan projek serta kepada pesara FAMA. Setiap perbelanjaan di bawah kemudahan ini dilaksanakan mengikut garis panduan serta pekeliling kerajaan yang berkuatkuasa.

Kemudahan Tempahan Tiket Kapal Terbang

Semua tempahan tiket penerbangan atas urusan rasmi dan untuk tujuan mengunjungi wilayah asal adalah secara berpusat di Ibu Pejabat FAMA. Walau bagaimanapun, pegawai dan kakitangan dibenarkan untuk membuat pembelian sendiri tiket penerbangan daripada syarikat penerbangan yang menawarkan harga lebih rendah serta dapat memberikan penjimatan berbanding menggunakan Waran Perjalanan Udara.

Kemudahan Sumbangan Tabung Kebajikan Kakitangan FAMA

Skop penyaluran sumbangan oleh Tabung Kebajikan Kakitangan FAMA adalah kepada kakitangan (ahli) yang ditimpa musibah seperti bencana alam, kebakaran, kecurian, kemalangan, khairat kematian kepada waris dan ahli, golongan asnaf (fakir/miskin), uzur/ mempunyai penyakit kronik, kurang berkemampuan dan lain-lain.

Perlindungan Insuran Nyawa

Perlindungan Insuran Nyawa disediakan kepada semua kakitangan berstatus tetap, kontrak dan projek merangkumi perlindungan untuk kematian, keilatan kekal menyeluruh dan keilatan separa kekal serta khairat kematian.

Pengagihan Zakat Perniagaan

Pengagihan Zakat Perniagaan akan diberikan kepada kakitangan FAMA yang terdiri daripada golongan asnaf (fakir/miskin), muallaf, gharimin dan fisabilillah. Pada tahun 2024, jumlah keseluruhan agihan zakat adalah sebanyak RM28,965.48.

Pengurusan Fasiliti

Selain melaksanakan kerja penyelenggaraan, menaik taraf, mengubahsuai bangunan dan fasiliti FAMA pada tahun 2024, Pengurusan Fasiliti FAMA telah mengambil inisiatif menganjurkan Kempen Kitar Semula dengan kerjasama Majlis Perbandaran Selayang dan Kempen Jom Naik Tangga bersempena Program Sambutan Bulan Malaysia Sihat Sejahtera 2024 di bawah Agenda

FACILITY MANAGEMENT

Medical Treatment Expense Facility

The medical treatment and expense facility managed by this division is available to all FAMA staff on permanent, contract, and project terms, as well as to FAMA retirees. All expenses under this facility are carried out in accordance with applicable government guidelines and circulars.

Air Ticket Booking Facility

All official and homeward-bound flight bookings are centrally managed at FAMA Headquarters. However, officers and staff are allowed to purchase their own flight tickets from airlines offering lower fares, as well as providing savings compared to using the Air Travel Warrant.

FAMA Staff Welfare Fund Contributions

The scope of disbursement from the FAMA Staff Welfare Fund covers staff (members) affected by misfortune, such as natural disasters, fires, theft, accidents, death benefits to heirs and members, support for the needy (asnaf/fakir), chronically ill or incapacitated individuals, underprivileged staff, and others.

Life Insurance Protection

Life insurance protection is provided to all staff on permanent, contract, and project terms, covering death, total permanent disability, partial permanent disability, and death benefits.

Business Zakat Distribution

Business zakat distribution is provided to FAMA staff belonging to the asnaf groups, including the poor/ needy, converts (muallaf), debt-ridden (gharimin), and those in the way of Allah (fisabilillah). In 2024, the total zakat distributed amounted to RM28,965.48.

Facility Management

In addition to maintenance, upgrading, and renovation works for FAMA buildings and facilities carried out in 2024, FAMA's Facilities Management Division took the initiative to organise a Recycling Campaign in collaboration with the Selayang Municipal Council, as well as the "Jom Naik Tangga" Campaign, in conjunction with the Healthy and Prosperous Malaysia Month

Nasional Malaysia Sihat yang telah diadakan pada 5 September 2024. Program ini bertujuan memupuk budaya kehidupan yang sihat seterusnya meningkatkan produktiviti kerjaya kakitangan FAMA.

Celebration Programme 2024 under the National Agenda for a Healthy Malaysia, that was held on 5 September 2024. This programme aimed to cultivate a healthy lifestyle culture while also enhancing the work productivity of FAMA staff.

Rajah 66. Hebahan Kempen Kesedaran kepada Warga Kerja FAMA.
Figure 66. *Among the Awareness campaigns Implemented by the Facility Management Unit for FAMA Staff*



Hebahan kempen kesedaran dilaksanakan melalui platform emel rasmi FAMA berkaitan pematuhan kepada akta, peraturan dan prosedur berkaitan dengan keselamatan, kesihatan dan kebersihan. Tujuan hebahan kempen adalah untuk memupuk kesedaran dan sifat tanggungjawab warga kerja dalam menjaga dan memastikan persekitaran kerja berada dalam keadaan yang selamat, bersih dan kondusif.

Awareness campaign announcements were disseminated through FAMA's official email platform regarding compliance with laws, regulations, and procedures related to safety, health, and hygiene. The purpose of these campaign announcements is to cultivate awareness and a sense of responsibility among staff in maintaining a safe, clean, and conducive work environment.



▸ Kempen Kitar Semula dirasmikan oleh YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli, Pengerusi FAMA. / *The Recycling Campaign was officiated by YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli, Chairman of FAMA.*





▸ Kempen Jom Naik Tangga di Ibu Pejabat FAMA
"Take the Stairs" Campaign at FAMA Headquarters

Pengurusan Kenderaan

FAMA menguruskan sejumlah 381 unit kenderaan pada tahun 2024 yang terdiri daripada kenderaan penumpang, perdagangan dan motosikal. Perincian jumlah kenderaan adalah seperti di **Jadual 38**.

Vehicle Management

In 2024, FAMA managed a total of 381 vehicles, comprising various types including passenger vehicles, commercial vehicles, and motorcycles. Detailed information on the number of vehicles is shown in ***Table 38****.*

Jadual 38. Bilangan Kenderaan mengikut Jenis Kenderaan
Table 38. *Number of Vehicles by Vehicle Type*

JENIS KENDERAAN *TYPE OF VEHICLE*	BILANGAN KENDERAAN (UNIT) *NO. OF VEHICLE (UNIT)*
Kenderaan Penumpang / *Passenger Vehicles*	167
Kenderaan Perdagangan C / *Commercial Vehicles C*	200
Kenderaan Perdagangan A / *Commercial Vehicles A*	4
Motosikal / *Motorcycles*	10
JUMLAH / TOTAL	**381**

INTEGRITI

Integriti FAMA berperanan sebagai *focal point* kepada pengurusan isu-isu berkaitan integriti selaras dengan Pekeliling Perkhidmatan Bil. 6 Tahun 2013 yang kemudiannya digantikan dengan Ceraian SP.1.2.1, Pekeliling Perkhidmatan Sumber Manusia (MyPPSM) berkuat kuasa 1 Januari 2022. **Rajah 67** menunjukkan Fungsi Teras Integriti FAMA.

Pengurusan Aduan Integriti

FAMA telah menerima 173 aduan integriti pada tahun 2024 berbanding 103 aduan pada tahun 2023. Peningkatan bilangan aduan ini disumbang oleh pemantauan dan tindakan proaktif pihak FAMA terhadap pegawai yang terlibat dalam keberhutangan kewangan yang serius sepanjang tahun 2024.

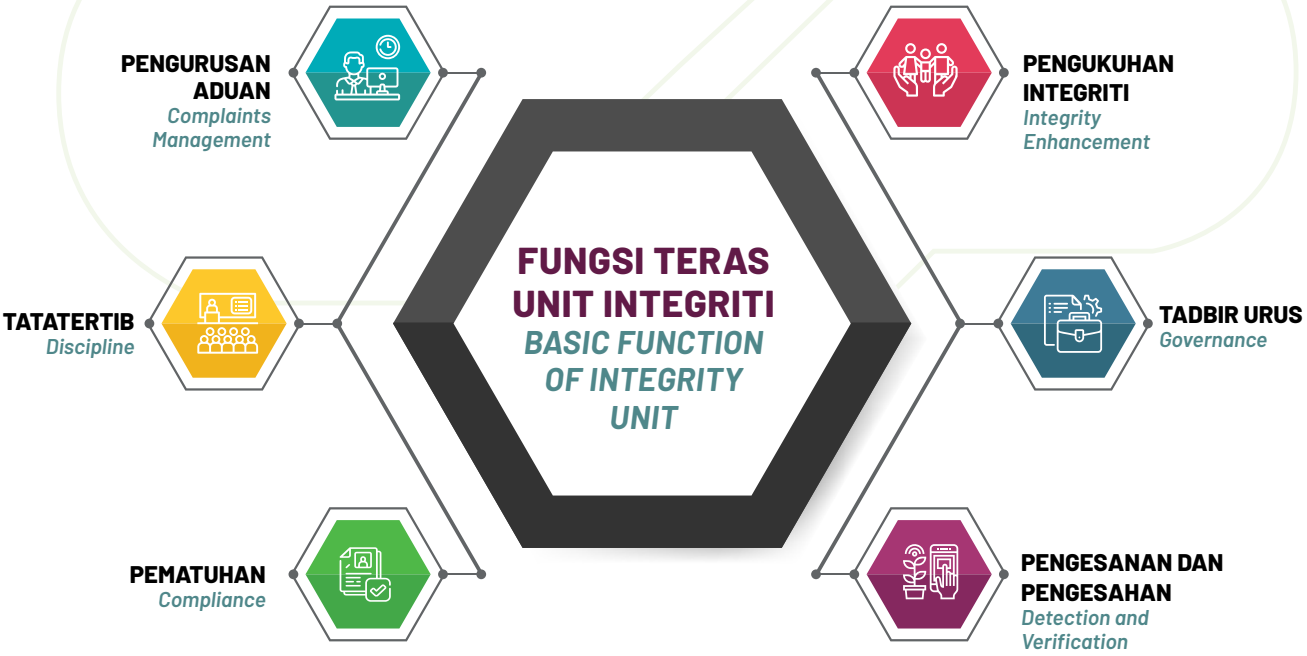
INTEGRITY

FAMA Integrity serves as the focal point for the management of issues related to integrity, in line with Service Circular No. 6 of 2013, which was later replaced by Section SP.1.2.1 of the Human Resource Service Circular (MyPPSM), effective from 1 January 2022. ***Figure 67*** *shows the Core Functions of FAMA Integrity.*

Integrity Complaint Management

FAMA received 173 integrity complaints in 2024, compared to 103 complaints in 2023. The increase in the number of complaints was contributed by FAMA's monitoring and proactive actions against officers involved in serious financial indebtedness throughout 2024.

Rajah 67. Fungsi Teras Integriti FAMA.
Figure 67. *Basic Function of Integrity FAMA*



PEMANTAPAN TATAKELOLA FAMA

Pemerkasaan Jawatankuasa Tatakelola (JTK) FAMA

Dalam memastikan pelaksanaan tatakelola yang lebih komprehensif, berfokus dan lebih berkesan dapat diambil, FAMA telah menubuhkan Jawatankuasa Tatakelola (JTK) selaras dengan Arahan YAB Perdana Menteri No. 1 Tahun 2023 (Gerakan Pemantapan Tatakelola Nasional: Penubuhan Jawatankuasa Tatakelola di Peringkat Persekutuan, Negeri dan Kementerian/ Jabatan/ Agensi Persekutuan). Peranan dan tanggungjawab JTK FAMA adalah seperti berikut:

i. Memantau pelaksanaan dasar yang diputuskan oleh Jawatankuasa Khas Kabinet Tatakelola Nasional (JKKTN) / JTK Peringkat Nasional bagi pelaksanaannya di peringkat jabatan/agensi persekutuan;

ii. Mengenal pasti isu, masalah dan langkah-langkah penambahbaikan tatakelola berdasarkan terma rujukan yang telah ditetapkan; dan

iii. Mencadangkan langkah-langkah penyelesaian dan cadangan penambahbaikan tatakelola kepada JTK Peringkat Kementerian.

Isi tatakelola yang telah dibincangkan di peringkat FAMA telah dilaporkan ke Mesyuarat JTK Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM).

STRENGTHENING FAMA GOVERNANCE

Empowerment of FAMA Governance Committee (JTK)

To ensure a more comprehensive, focused, and effective governance implementation, FAMA established the Governance Committee (JTK) in line with the Prime Minister's Directive No. 1 of 2023 (National Governance Strengthening Movement: Establishment of Governance Committees at Federal, State, and Ministry/Department/ Federal Agency Levels). The roles and responsibilities of FAMA JTK are as follows:

i. Monitor the implementation of policies decided by the National Governance Special Cabinet Committee (JKKTN) / National-Level JTK for execution at departmental/federal agency level;

ii. Identify governance issues, challenges, and improvement measures based on the established terms of reference; and

iii. Propose solutions and recommendations for governance improvement to the Ministry-Level JTK.

The governance issues that had been discussed at the FAMA level were reported to the JTK Meeting of the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM).



▸ Sesi Libat Urus bersama Pihak SPRM Negeri Selangor bertempat di Pejabat SPRM Negeri Selangor, Shah Alam pada 10 Jun 2024./ *Engagement Session with SPRM officers Negeri Selangor at Pejabat SPRM Negeri Selangor, Shah Alam on 10 June 2024.*

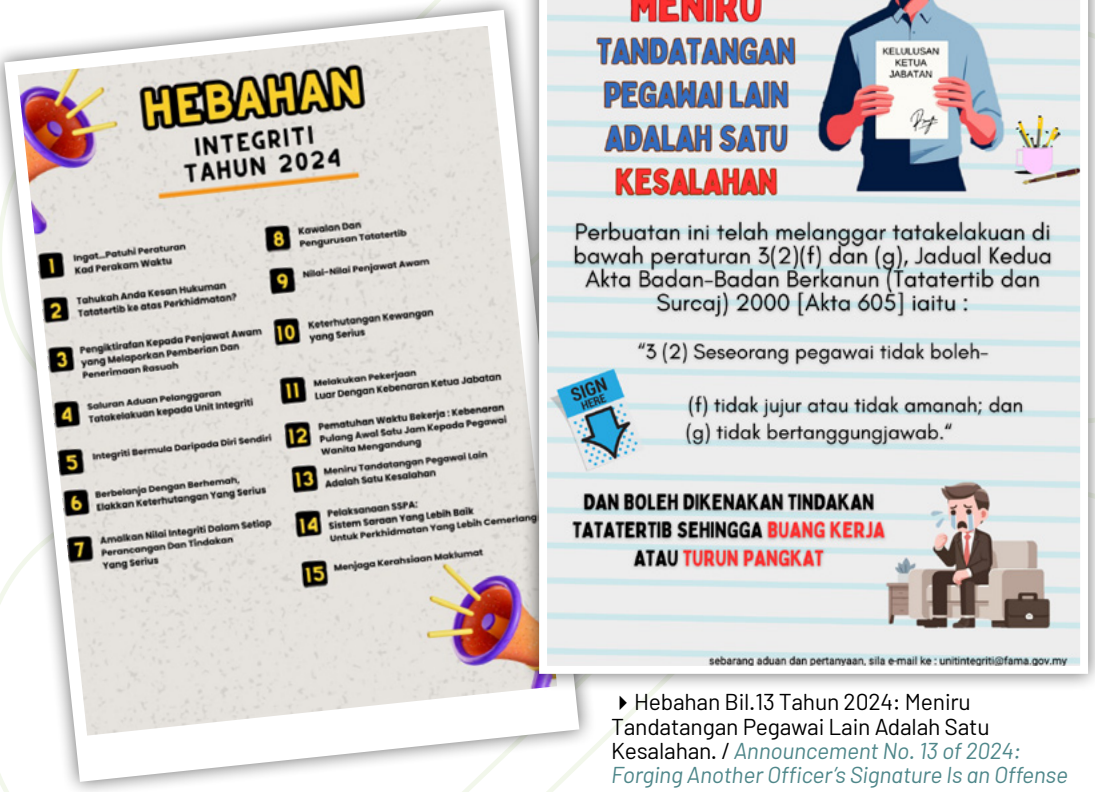
Pengukuhan Integriti

FAMA sentiasa berusaha untuk memperkukuhkan pembudayaan dan pelaksanaan nilai integriti dalam kalangan warga kerja melalui pelbagai aktiviti seperti 15 hebahan integriti **(Rajah 68)** dan 13 program pencegahan pada tahun 2024. Pemilihan tajuk hebahan ini adalah berdasarkan kepada isu-isu berkaitan tatakelakuan dan tatakelola yang dikenalpasti antaranya melalui aduan yang diterima dan pengurusan kes-kes tatatertib.

Strengthening Integrity

FAMA continually strives to reinforce the culture and implementation of integrity values among its staff through various activities, including 15 integrity announcements ***(Figure 68)*** *and 13 prevention programs in 2024. The topics for these announcements were selected based on issues related to conduct and governance identified through complaints received and the management of disciplinary cases.*

Rajah 68. Hebahan Integriti kepada Warga Kerja FAMA Sepanjang Tahun 2024
Figure 68: *Integrity Announcements to FAMA Staff Throughout 2024*



▸ Hebahan Bil.13 Tahun 2024: Meniru Tandatangan Pegawai Lain Adalah Satu Kesalahan. / *Announcement No. 13 of 2024: Forging Another Officer's Signature Is an Offense*

Pematuhan Integriti

Pematuhan integriti merangkumi aspek pemantauan serta pengawalseliaan terhadap perundangan dan peraturan yang berkaitan dengan pencegahan rasuah, pemupukan integriti dan pemantapan tadbir urus yang berkuat kuasa. Perkara ini bertujuan untuk memastikan tindakan pembetulan serta penambahbaikan terhadap sistem dan tatacara kerja dapat dilaksanakan secara menyeluruh dan berkesan. FAMA telah melaksanakan beberapa aktiviti pematuhan integriti seperti di **Rajah 69**.

Integrity Compliance

Integrity compliance encompasses the monitoring and regulation of legislation and regulations related to anti-corruption, integrity cultivation, and governance enhancement. The objective is to ensure that corrective actions and improvements to systems and work procedures are implemented comprehensively and effectively. FAMA carried out several integrity compliance activities as shown in ***Figure 69.***

Rajah 69. Aktiviti-Aktiviti Pematuhan yang Dilaksanakan Sepanjang Tahun 2024
Figure 69. *Integrity Compliance Activities Conducted Throughout 2024*



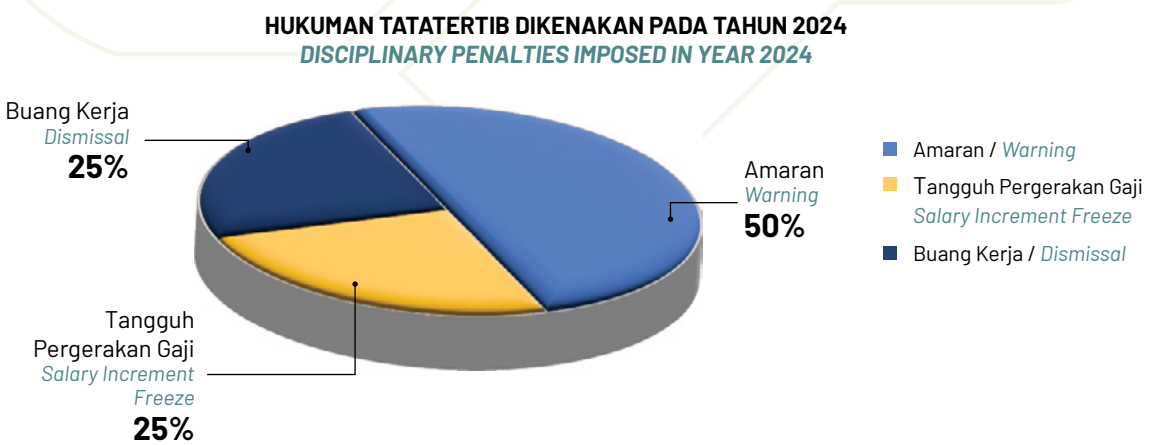
Tatatertib

Sebanyak 8 kes tatatertib telah direkodkan merangkumi 4 kes baharu bagi tahun 2024 dan 4 kes yang masih dalam prosiding tatatertib dengan pelaksanaan sebanyak 5 kali Mesyuarat Jawatankuasa Tatatertib dan 1 kali Mesyuarat Jawatankuasa Rayuan pada tahun 2024. Statistik tindakan tatatertib yang telah dikenakan kepada pegawai dan kakitangan sepanjang tahun 2024 seperti di **Rajah 70**.

Disciplinary Actions

A total of 8 disciplinary cases were recorded, including 4 new cases in 2024 and 4 cases still under disciplinary proceedings, with 5 Disciplinary Committee meetings and 1 Appeals Committee meeting conducted during the year. The statistics of disciplinary actions imposed on officers and staff throughout 2024 are shown in ***Figure 70****.*

Rajah 70. Hukuman Tatatertib Dikenakan pada Tahun 2024
Figure 70. *Disciplinary Penalties Imposed in Year 2024*



PELAKSANAAN DAN PENGURUSAN PROJEK FIZIKAL

Pada tahun 2024, FAMA telah melaksanakan pelbagai projek fizikal di seluruh negara meliputi kerja-kerja penyelenggaraan, naik taraf serta pembangunan infrastruktur baharu yang memberi impak langsung kepada pengguna dan komuniti setempat. Keseluruhan projek dilaksanakan bertujuan menyokong agenda pembangunan industri agromakanan negara serta meningkatkan kecekapan sistem pengedaran hasil tani.

Objektif Pelaksanaan

a) Meningkatkan kemudahan dan infrastruktur pemasaran hasil pertanian.
b) Menyediakan persekitaran perniagaan yang kondusif kepada usahawan tani.
c) Memastikan kelangsungan dan keselamatan operasi di premis milik agensi.
d) Memenuhi keperluan teknikal dan peraturan semasa (contoh: keperluan CCC, keselamatan kebakaran, sistem pembentungan).

IMPLEMENTATION AND MANAGEMENT OF PHYSICAL PROJECTS

In 2024, the FAMA carried out various physical projects nationwide, covering maintenance, upgrades, and the development of new infrastructure, directly benefiting users and local communities. All projects were implemented to support the national agri-food industry development agenda and to enhance the efficiency of agricultural produce distribution systems.

Objectives of Implementation

a) Improve facilities and infrastructure for agricultural produce marketing.
b) Provide a conducive business environment for farming entrepreneurs.
c) Ensure continuity and safety of operations at agency-owned premises.
d) Comply with current technical requirements and regulations (e.g., CCC requirements, fire safety, and sewerage systems).



▸ Kerja-kerja Menaik taraf Benteng Medan Niaga Satok (MNS) Kuching, Sarawak / *Upgrading works for the Medan Niaga Satok (MNS) Retaining Wall, Kuching, Sarawak.*



▸ Kerja-kerja Menaik taraf Pusat Penjaja Kecil RTC Kelantan / *Upgrading Works for the RTC Kelantan Small Hawker Centre.*



Kerja-kerja Menaik taraf Pasar Tamu Kinabatangan Sabah / *Upgrading Works for the Tamu Market, Kinabatangan, Sabah.*

Prestasi Projek Fizikal Tahun 2024

Sebanyak 43 projek fizikal telah dirancang dan dilaksanakan pada tahun 2024. Daripada jumlah tersebut, 31 projek (72 peratus) telah siap sepenuhnya mengikut skop dan jadual asal manakala 12 projek (28 peratus) sedang dalam pelbagai peringkat pelaksanaan dengan kemajuan antara 8 peratus hingga 93 peratus (**Rajah 71**).

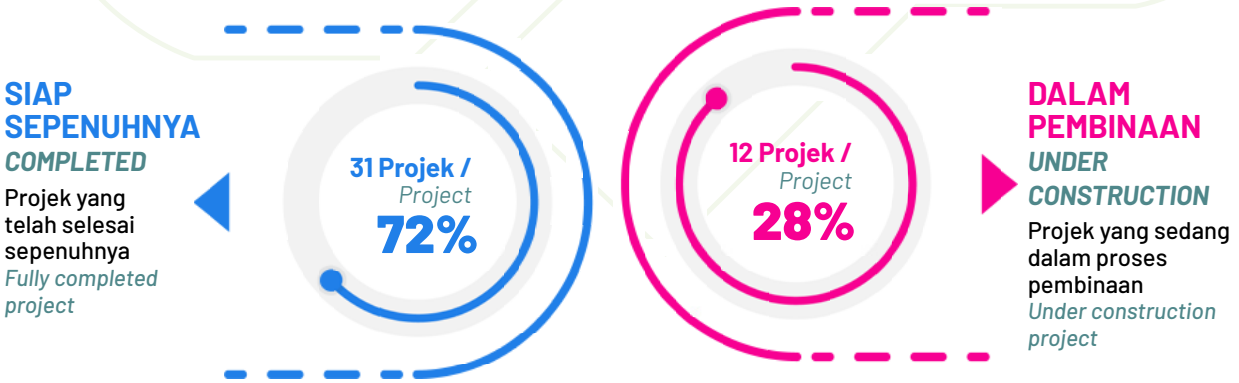
Di samping itu juga, FAMA telah berjaya melaksana kerja-kerja menaiktaraf 39 buah Pasar Tamu di Negeri Sabah selaras dengan program pengukuhan rangkaian peruncitan di Sabah demi meluas dan mempelbagaikan saluran pasaran hasil-hasil pertanian kepada pengguna.

Physical Project Performance in 2024

A total of 43 physical projects were planned and implemented in 2024. Of these, 31 projects (72 percent) were fully completed according to the original scope and schedule, while 12 projects (28 percent) were at various stages of implementation, with progress ranging from 8 percent to 93 percent ***(Figure 71)****.*

In addition, the FAMA successfully carried out upgrades on 39 Pasar Tamu (night markets) in the state of Sabah in line with the program to strengthen the retail network in Sabah, aiming to expand and diversify market channels for agricultural produce to consumers.

Rajah 71. Status Pelaksanaan Projek Fizikal Tahun 2024
Figure 71. *Status of Physical Project Implementation in Year 2024*



Strategi Pengurusan Projek

Bagi memastikan pelaksanaan dan pengurusan projek fizikal memenuhi keperluan FAMA dan siap dalam tempoh yang ditetapkan, strategi berikut telah diatur:

a) Perancangan awal yang terperinci merangkumi lawatan tapak, reka bentuk awal dan semakan keperluan teknikal.
b) Pelantikan perunding dan kontraktor bertauliah melalui proses perolehan yang telus dan mengikut garis panduan kerajaan.
c) Pemantauan berkala menerusi mesyuarat teknikal bulanan, laporan kemajuan tapak serta sistem pelaporan digital.
d) Pelaksanaan audit teknikal dalaman untuk memastikan pematuhan kepada spesifikasi dan kualiti kerja.

Isu dan Cabaran

Sepanjang tahun 2024, beberapa isu dan cabaran telah dikenal pasti semasa mengurus dan melaksana projek fizikal khususnya yang melibatkan pematuhan dan kelulusan pihak berkuasa tempatan. Selain itu juga, kelewatan dalam pelaksanaan projek berpunca daripada isu teknikal di peringkat awal perancangan projek serta perubahan kerja yang diperlukan selepas kerja-kerja di tapak bina bermula. Prestasi kontraktor yang kurang memuaskan turut menyumbang kepada kelewatan kepada jadual pelaksanaan. Faktor luar kawalan seperti ketidaktentuan cuaca dan kekangan pembekalan bahan binaan dikesan merencatkan prestasi kemajuan di tapak bina.

Langkah-langkah Penambahbaikan

Walaupun berdepan pelbagai cabaran, langkah-langkah penambahbaikan telah dikenalpasti dan dilaksanakan bagi memastikan projek yang masih berjalan dapat disempurnakan dengan lancar dan berkesan. Antara pendekatan yang diambil adalah:

a) Penilaian prestasi kontraktor dan perunding secara berkala.
b) Pengukuhan pemantauan tapak termasuk lawatan mengejut oleh pegawai teknikal kanan.
c) Penjadualan semula projek tertentu bagi mengoptimumkan pelaksanaan.

Kejayaan pelaksanaan projek tahun 2024 mencerminkan kemampuan FAMA untuk mengurus pembangunan infrastruktur secara sistematik walaupun berhadapan pelbagai cabaran operasi.

Project Management Strategy

To ensure that the implementation and management of the physical project meet FAMA's requirements and are completed within the stipulated timeframe, the following strategies have been arranged:

a) Detailed early planning, including site visits, preliminary designs, and review of technical requirements.
b) Appointment of certified consultants and contractors through a transparent procurement process in accordance with government guidelines.
c) Regular monitoring via monthly technical meetings, site progress reports, and a digital reporting system.
d) Conducting internal technical audits to ensure compliance with specifications and work quality.

Issues and Challenges

Throughout 2024, several issues and challenges were identified during the management and implementation of physical projects, particularly regarding compliance and approvals from local authorities. Project delays were also caused by technical issues at the initial planning stage and changes required after work commenced on-site. Unsatisfactory contractor performance further contributed to delays. External factors such as unpredictable weather and constraints in the supply of construction materials were also detected as factors affecting progress at the project sites.

Improvement Measures

Despite these challenges, improvement measures were identified and implemented to ensure ongoing projects could be completed smoothly and effectively. Key approaches included:

a) Regular evaluation of contractor and consultant performance.
b) Strengthened site monitoring, including surprise inspections by senior technical officers.
c) Rescheduling certain projects to optimize execution.

The successful implementation of projects in 2024 reflects the agency's capability to manage infrastructure development systematically despite operational challenges.

AUDIT DALAM

Tiga (3) jenis pengauditan yang dijalankan oleh Audit Dalam FAMA iaitu:

i. Pengauditan Prestasi/Pengurusan yang dilaksanakan untuk memastikan sumber diuruskan secara berhemah, cekap dan berkesan.
ii. Pengauditan Pematuhan Peraturan Kewangan untuk menentukan pengurusan kewangan di pejabat-pejabat FAMA dilaksanakan mengikut undang-undang dan peraturan kewangan yang berkuat kuasa.
iii. Audit Khas dan Siasatan yang dijalankan dari semasa ke semasa untuk melaksanakan siasatan yang melibatkan penyelewengan, kerugian urusniaga dan wang awam, aduan awam dan sebagainya.

Pengauditan telah dilaksanakan mengikut standard pengauditan yang diguna pakai dan Memorandum Rancangan Audit (MRA) yang telah diluluskan oleh Ketua Pengarah dan Jawatankuasa Audit Lembaga. Sebanyak empat (4) laporan Audit Prestasi, 27 laporan Audit Pematuhan Peraturan Kewangan dan satu (1) laporan Audit Khas telah dikeluarkan. Ringkasan bagi pengauditan tahun 2024 yang telah dilaksanakan.

Ringkasan penemuan Audit dan kelemahan yang dikenal pasti semasa pemeriksaan Audit beserta syor-syor penambahbaikan telah dikeluarkan dan dibincang bersama bahagian-bahagian yang terlibat. Semua penemuan Audit telah dibentangkan kepada Jawatankuasa Audit dan Ketua Pengarah FAMA. Beberapa teguran Audit telah diambil tindakan sewajarnya dan masih ada dalam proses kemaskini serta pembetulan oleh bahagian-bahagian yang terlibat.

INTERNAL AUDIT

Three (3) types of audits are conducted by the Internal Audit Division:

i. Performance/Management Audit – Conducted to ensure resources are managed prudently, efficiently, and effectively.
ii. Financial Compliance Audit – Conducted to determine whether financial management at FAMA offices complies with applicable laws and financial regulations.
iii. Special Audit and Investigation – Conducted from time to time to investigate matters involving misappropriation, operational losses, public funds, public complaints, and similar issues.

Audits are carried out in accordance with adopted auditing standards and the Audit Plan Memorandum (MRA) approved by the Director General and the Board Audit Committee. In 2024, a total of four (4) Performance Audit reports, twenty-seven (27) Financial Compliance Audit reports, and one (1) Special Audit report were issued. A summary of the audits conducted in 2024.

A summary of audit findings and weaknesses identified during the audit inspections, along with recommended improvements, was issued and discussed with the relevant divisions. All audit findings were presented to the Audit Committee and the Director General of FAMA. Some audit recommendations have been acted upon appropriately, while others are still in the process of being updated and corrected by the respective divisions.



▸ Pengauditan Pengurusan Intervensi Telur Ayam di Pusat Operasi Batu Kurau, Perak pada 16 Julai 2024. / *Audit of the Management of the Chicken Egg Intervention at the Batu Kurau Operations Centre, Perak, on 16 July 2024.*



▸ Pengauditan Pengurusan Intervensi Beras Putih Tempatan di Premis Milik Usahawan Agrobazaar Kedai Rakyat Negeri Perak pada 25 Julai 2024. / *Audit of the Management of the Local White Rice Intervention at the Premises Owned by an AgroBazaar Kedai Rakyat Entrepreneur in Perak, on 25 July 2024.*

Pada tahun 2024, kaedah pelaporan audit secara digital melalui *Continuous Auditing* (CA) telah ditambah baik daripada tahun sebelumnya yang mempunyai dua (2) modul iaitu Kertas Kerja Terimaan dan Bayaran kepada lapan (8) modul Kertas Kerja Pengurusan Kewangan *Non-Fis* melibatkan:

i. Kertas kerja semakan di peringkat pejabat – Penyata Penyesuaian Bank, Kawalan Kredit, Pendahuluan Pelbagai dan Pelupusan Stok Urusniaga.
ii. Kertas kerja semakan di peringkat lapangan – Arahan Perbendaharaan AP 309, Rekod Urusniaga, Stok Dokumen Kewangan dan Buku Log Kenderaan.

In 2024, the digital audit reporting method through Continuous Auditing (CA) was further enhanced compared to the previous year, which had two (2) modules - Receipt and Payment Working Papers to eight (8) Non-Physical Financial Management Working Paper modules involving:

i. Review working papers at the office level – Bank Reconciliation Statements, Credit Control, Various Advances, and Disposal of Trading Stock.

ii. Review working papers at the field level – Treasury Instruction AP 309, Transaction Records, Financial Document Stock, and Vehicle Log Books.

UNIT UNDANG-UNDANG

Unit Undang-undang berperanan dalam memastikan kepentingan FAMA dalam setiap urusniaga dan kerjasama yang dilaksanakan antara FAMA dan pihak luar sentiasa terpelihara. Sehubungan itu, bagi memastikan urusniaga berjalan lancar, proses *due diligence* sentiasa dilaksanakan semasa menyemak sebarang dokumen perjanjian dan memorandum persefahaman dalam memastikan projek yang dilaksanakan oleh FAMA mematuhi peruntukan undang-undang semasa yang berkuat kuasa. Sepanjang tahun 2024, bagi menyokong agenda keterjaminan makanan terutamanya dalam sektor ternakan, Unit Undang-undang telah menyemak 11 Memorandum Persefahaman dengan syarikat tempatan.

FAMA kini dalam proses menambah baik Peraturan-peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan Keluaran Pertanian) (selepas ini dirujuk sebagai Peraturan GPL) yang mana pindaan tersebut akan menambahbaik aspek penggredan, pembungkusan dan pelabelan makanan agar memberi manfaat yang lebih kepada pemain industri.

Penterjemahan Akta 141

Sempena 60 tahun penubuhan FAMA, FAMA telah melaksanakan gerak kerja bagi menterjemahkan Akta 141 dari Bahasa Inggeris ke Bahasa Melayu.

Melihat kepada kepentingan mendaulatkan undang-undang dan memperkasakan bahasa Melayu seperti yang jelas dinyatakan dalam Artikel 152(1) Perlembagaan Persekutuan dan seksyen 6 Akta Bahasa Kebangsaan 1963/67, usaha penterjemahan

LEGAL UNIT

The Legal Unit plays a key role in safeguarding FAMA's interests in all transactions and collaborations undertaken between FAMA and external parties. In this regard, to ensure that transaction processes proceed smoothly, due diligence is consistently carried out when reviewing any agreement documents and memoranda of understanding to ensure that projects implemented by FAMA comply with the prevailing legal provisions in force. Throughout 2024, in support of the national food security agenda, particularly in the livestock sector, the Legal Unit reviewed 11 Memoranda of Understanding with local companies.

FAMA is currently in the process of enhancing the Federal Agricultural Marketing Authority (Grading, Packaging and Labelling of Agricultural Produce) Regulations (hereinafter referred to as the GPL Regulations), whereby the amendments will improve the aspects of grading, packaging and food labelling to provide greater benefits to industry players.

Translation of Act 141

In conjunction with the 60th anniversary of FAMA's establishment, and upon the initiative of the FAMA Chairman, FAMA undertook efforts to translate Act 141 into Malay language.

Since its gazettement in 1965, Act 141 was drafted solely in English. Recognising the importance of upholding the rule of law and strengthening the Malay language as clearly stated in Article 152(1) of the Federal Constitution and Section 6 of the National Language Act 1963/67, the

Akta 141 dibuat memandangkan Akta 141 merupakan satu dokumen penting bagi FAMA.

Selain daripada hasrat memperkasakan bahasa Melayu dalam undang-undang, FAMA percaya dengan adanya terjemahan Akta 141 dalam bahasa Melayu, akta ini lebih mudah difahami oleh kumpulan sasar terutamanya kakitangan dan pegawai FAMA secara khususnya.

translation initiative was undertaken as Act 141 is an important document for FAMA.

In addition to the aspiration of strengthening the Malay language in legal matters, FAMA believes that the availability of Act 141 in Malay language will make the legislation easier to understand for the target groups, particularly FAMA staff and officers.

BENGKEL TERJEMAHAN AKTA 141 / *ACT 141 TRANSLATION WORKSHOP*





▸ Bengkel Siri 1 _ 12-14 Julai 2024 bertempat di ILFPD.
Workshop Series 1 was held at the Institut Latihan FAMA, Port Dickson from 12 to 14 July 2024.





▸ Bengkel Siri 2 bertempat di Institut Latihan FAMA, Port Dickson pada 27 sehingga 29 September 2024.
Workshop Series 2 was held at the FAMA Training Institute, Port Dickson from 27 to 29 September 2024.



▸ Bengkel Siri 3 bertempat di Institut Latihan FAMA, Port Dickson pada 15 sehingga 16 November 2024.
Workshop Series 3 was held at the FAMA Training Institute, Port Dickson, from 15 to 16 November 2024.

PROGRAM PEMBANGUNAN KAKITANGAN

PROGRAM LATIHAN KAKITANGAN

FAMA sentiasa beriltizam dalam melatih, membimbing dan memberi khidmat rundingan kepada kakitangan secara keseluruhannya. Melalui pendekatan TERAS (Terampil, Efisien, Responsif, Aktif, Sistematik) telah memberi banyak ruang kepada kakitangan FAMA menjalani latihan. Pada tahun 2024 sebanyak 217 kursus telah dianjurkan oleh FAMA dan pihak luar berbanding 178 kursus pada tahun 2023 **(Rajah 72).**

STAFF DEVELOPMENT PROGRAMME

STAFF TRAINING PROGRAMME

FAMA remains committed to training, mentoring, and providing advisory services to its staff as a whole. Through the TERAS approach (Skilled, Efficient, Responsive, Active, Systematic), FAMA has provided ample opportunities for staff to undergo training. In 2024, a total of 217 courses were organised by FAMA and external parties, compared to 178 courses in 2023 ***(Figure 72)****.*

Rajah 72. Bilangan Kursus anjuran FAMA dan Pihak Luar serta Penyertaan oleh Kakitangan FAMA Tahun 2024
Figure 72. *Number of Courses Organised by FAMA and External Parties and Participation by FAMA Staff in Year 2024*





▸ Program Penerapan Nilai-nilai Murni: Solat Tasbih dan Ceramah Keberkatan Bersedekah (Muslimah FAMA) bertempat di Surau Al-Falah, FAMA Point pada 26 Mac 2024. / *Programme on the Cultivation of Noble Values: Tasbih Prayer and Lecture on the Blessings of Charity (FAMA Muslimah) – held at Surau Al-Falah, FAMA Point on 26 March 2024.*



▸ Kursus Intensif Pemanduan Defensif – bertempat di FAMA Negeri Terengganu pada 20 Mei 2024. / *Intensive Defensive Driving Course – held at FAMA Terengganu on 20 May 2024.*

PASUKAN BANTUAN TINDAK BALAS KECEMASAN ATAU *CIVIL DEFENCE AUXILIARY - EMERGENCY RESPONSE TEAM (CDA-ERT FAMA)*

Kerjasama yang erat antara Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA) dan Angkatan Pertahanan Awam Malaysia (APM) telah memberikan keyakinan kepada FAMA sebagai agensi barisan hadapan dalam menyalurkan bantuan makanan kepada mangsa bencana. Sehingga Disember 2024, FAMA telah melahirkan seramai 1,300 orang anggota *Civil Defence Auxiliary - Emergency Response Team* FAMA (**Rajah 73**). Penglibatan kakitangan FAMA dalam CDA-ERT seiring dengan peranan FAMA sebagai agensi bantuan sokongan yang dikenal pasti oleh NADMA dan APM untuk memastikan bekalan makanan (*Food Security*) dan rantaian bekalan (*Supply Chain*) terpelihara dalam keadaan sebelum, semasa dan selepas bencana.

CIVIL DEFENCE AUXILIARY – EMERGENCY RESPONSE TEAM (CDA-ERT FAMA)

*Close collaboration between the National Disaster Management Agency (NADMA) and the Malaysian Civil Defence Force (APM) has strengthened FAMA's confidence as a frontline agency in delivering food assistance to disaster victims. As of December 2024, FAMA has trained a total of 1,300 Civil Defence Auxiliary – Emergency Response Team FAMA members. (**Figure 73**). The involvement of FAMA staff in the CDA-ERT aligns with FAMA's role as a support aid agency, as identified by NADMA and APM, to ensure food security and the integrity of the supply chain before, during, and after disasters.*

Rajah 73. Pecahan Anggota CDA-ERT FAMA mengikut Negeri bagi Tahun 2024
Figure 73. *Breakdown of CDA-ERT FAMA Members by State in Year 2024*



Latihan secara berperingkat kepada anggota CDA-ERT FAMA melalui latihan lanjutan bersama Angkatan Pertahanan Awam Malaysia (APM) telah memberikan keyakinan kepada anggota untuk bertugas di peringkat lapangan.

Staged training for CDA-ERT FAMA members through advanced exercises with the Malaysian Civil Defence Force (APM) has instilled confidence in members to perform duties in the field.

OPERASI PEMBERSIHAN PASCA BANJIR NEGERI TERENGGANU



OPERASI PEMBERSIHAN RUMAH KAKITANGAN FAMA TERENGGANU PN. AMINATUL NAJJAH BINTI MOHAMMAD YANG TERKESAN AKIBAT BANJIR SELEPAS BELIAU PULANG DARI PPS.

TURUT DIBANTU OLEH 3 ORANG PELAJAR DAN SEORANG PENSYARAH DARI MANAGEMENT & SCIENCE UNIVERSITY (MSU) CAWANGAN KUALA TERENGGANU.

5 ORANG

4 JANUARI 2024

KG. LOSONG, TERENGGANU

PENYERAHAN BANTUAN MAKANAN BENCANA NEGARA - FASA 1 MONSUN TIMUR LAUT (MTL) 2024/2025



10 ORANG

11 DISEMBER 2024

GUDANG PENYIMPANAN BARANGAN BANTUAN BANJIR RTC FAMA KELANTAN

PELAKSANAAN PROGRAM SOKONGAN

Program Retreat Lembaga Pengarah

Tahun 2025 merupakan tahun terakhir sebelum bermulanya Rancangan Malaysia Ketiga Belas (RMKe-13) bagi penggal 2026-2030. Peluncuran Persidangan Permulaan RMKe-13 dan Portal RMKe-13 yang dianjurkan oleh Kementerian Ekonomi (KE) pada 5 hingga 6 September 2024 telah menggariskan hala tuju serta dasar yang akan mencorakkan RMKe-13. Susulan daripada itu, Pengurusan FAMA telah memulakan gerak kerja awal dalam merancang hala tuju dan mengatur projek pembangunan FAMA di bawah RMKe-13.

Program Retreat Lembaga Pengarah: Hala Tuju RMKe-13 FAMA telah diadakan pada 3 hingga 4 Oktober 2024 di Pulse Grande Hotel, Putrajaya. Program Retreat ini diaturkan bertujuan untuk membincangkan hala tuju FAMA bagi tempoh RMKe-13 di samping meneliti cadangan projek pembangunan yang telah dikemukakan oleh Pengurusan FAMA Ibu Pejabat dan juga negeri. Seramai 50 orang termasuk ahli Lembaga Pengarah, Pengurusan Tertinggi, Pengurusan Kanan dan Pengarah FAMA Negeri telah terlibat dalam program Retreat ini.

IMPLEMENTATION OF SUPPORT PROGRAMMES

Board of Directors Retreat Programme

The year 2025 marks the final year before the commencement of the Thirteenth Malaysia Plan (RMKe-13) for the 2026-2030 term. The launch of the RMKe-13 Inaugural Conference and RMKe-13 Portal, organised by the Ministry of Economy (KE) on 5-6 September 2024, outlined the direction and policies that will shape RMKe-13. Following this, FAMA Management initiated early efforts to plan the strategic direction and development projects of FAMA under RMKe-13.

Board of Directors Retreat Programme: FAMA RMKe-13 Strategic Direction was held on 3-4 October 2024 at Pulse Grande Hotel, Putrajaya. This retreat was organised to discuss FAMA's strategic direction for the RMKe-13 period, as well as to review proposed development projects submitted by FAMA Headquarters Management and state offices. A total of 50 participants, including Board members, Senior Management, Senior Directors, and State Directors of FAMA, were involved in this retreat programme.





▸ Sesi Perbincangan Berkumpulan semasa Program Retreat Lembaga Pengarah di Pulse Grande Hotel, Putrajaya pada 3 Oktober 2024. / *Group Discussion Session during the Board of Directors Retreat Programme at Pulse Grande Hotel, Putrajaya on 3 October 2024.*



▸ Kehadiran peserta sepanjang Program Retreat Lembaga Pengarah: Hala Tuju RMKe-13 FAMA yang berlangsung di Pulse Grande Hotel, Putrajaya pada 3 hingga 4 Oktober 2024. / *Participant attendance throughout the Board of Directors Retreat Programme: FAMA RMKe-13 Strategic Direction, held at Pulse Grande Hotel, Putrajaya from 3 to 4 October 2024.*

Bengkel Penyediaan Penilaian Outcome Projek Pembangunan RMKe-12

Bengkel ini telah diadakan pada 27 hingga 29 Mei 2024 bertujuan menyediakan penilaian outcome ke atas 17 projek pembangunan FAMA sepanjang RMKe-12 bagi tempoh pelaksanaan bermula tahun 2021 hingga 2023. Objektif bengkel adalah untuk mengetahui status semasa pelaksanaan projek, mengenal pasti isu, cabaran dan cadangan penambahbaikan serta membuat pengesyoran hala tuju projek di dalam RMKe-13 berdasarkan kriteria-kriteria khusus yang dicadangkan.

Peserta bengkel terdiri daripada pegawai dan kakitangan yang terlibat di dalam pelaksanaan 17 projek pembangunan FAMA di bawah RMKe-12.

Workshop on Outcome Evaluation of RMK-12 Development Projects

This workshop was held from 27 to 29 May 2024 with the aim of preparing outcome evaluations for 17 FAMA development projects under RMKe-12 for the implementation period from 2021 to 2023. The objectives of the workshop were to assess the current status of project implementation, identify issues and challenges, propose improvements, and make recommendations on the project's direction under RMK-13 based on specific criteria.

Workshop participants comprised officers and staff involved in the implementation of the 17 FAMA development projects under RMKe-12.



▸ Bengkel Penyediaan Penilaian Outcome Projek Pembangunan RMKe-12 telah dirasmikan oleh YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail, Timbalan Ketua Pengarah (Pembangunan) FAMA pada 27 sehingga 29 Mei 2024. /
The Workshop on Outcome Evaluation of RMKe-12 Development Projects was officially opened by YBrs. Encik Faisal Iswardi bin Ismail, Deputy Director General (Development) of FAMA, from 27 to 29 May 2024.

Konvensyen FAMA 2025

Konvensyen ini telah diadakan bertemakan "Integriti, Inklusiviti Pemacu Kejayaan" melibatkan Pengurusan Tertinggi FAMA, Pegawai FAMA Ibu Pejabat, Negeri dan Daerah. Penekanan diberi terhadap perancangan projek dan program yang akan dilaksanakan FAMA dalam RMKe-13 (2026-2030).

Hala tuju RMKe-13 yang bertemakan "Pengukuhan Pemasaran ke Arah Menjamin Kedaulatan Makanan" akan memberi tumpuan kepada 2 teras dasar iaitu menangani kos sara hidup dan sekuriti makanan yang saling berkaitan. Gangguan terhadap bekalan akan menyebabkan berlaku perubahan terhadap harga tawaran agromakanan kepada rakyat Malaysia.

Bagi memastikan 2 teras dasar tersebut dapat dicapai, FAMA telah menetapkan 6 elemen yang perlu diambil kira dalam pelaksanaan setiap projek/program RMKe-13 iaitu:

FAMA Convention 2025

The convention was held under the theme "Integrity, Inclusivity Driving Success," involving FAMA Senior Management, and officers from FAMA Headquarters, state, and district offices. Emphasis was placed on planning projects and programmes to be implemented by FAMA under RMKe-13 (2026-2030).

The RMKe-13 strategic direction, themed "Strengthening Marketing Towards Ensuring Food Sovereignty," will focus on two policy pillars: addressing the cost of living and food security. These two pillars are interrelated, as disruptions to supply can lead to changes in the prices of agri-food products offered to Malaysians.

To ensure the achievement of these two policy pillars, FAMA has identified six elements to be considered in the implementation of each RMKe-13 project/programme:

i. Ketersediaan
ii. Kebolehcapaian
iii. Kestabilan
iv. Kepenggunaan
v. Kolaborasi/kerjasama
vi. Kelestarian

Selain itu, penekanan turut diberikan terhadap penggunaan data secara efektif dan analisis yang komprehensif dalam membantu proses membuat keputusan oleh pengurusan tertinggi bagi mendepani cabaran sekuriti agromakanan negara.

Melalui perancangan program/projek RMKe-13 yang teliti, disokong oleh modal insan yang kompeten, FAMA akan kekal relevan sebagai peneraju utama perkhidmatan pemasaran agromakanan negara dalam persekitaran ekonomi dan teknologi yang semakin mencabar.

i. Availability
ii. Accessibility
iii. Stability
iv. Utilization
v. Agency
vi. Sustainability

In addition, emphasis is placed on the effective use of data and comprehensive analysis to support senior management in decision-making to address the challenges of national agri-food security.

Through meticulous planning of RMKe-13 programmes/projects, supported by competent human capital, FAMA will remain relevant as the leading provider of agri-food marketing services in the country amid an increasingly challenging economic and technological environment.



▸ Majlis Perasmian Konvensyen FAMA Tahun 2025 yang disempurnakan oleh YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak, Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM). / *Opening Ceremony of the FAMA 2025 Convention, officiated by YBhg. Datuk Sri Isham bin Ishak, Secretary General of the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM).*



▸ Sesi Amanat Ketua Pengarah yang bertajuk Melestari Hala Tuju FAMA 2025 dalam Memacu Pembangunan Industri Agromakanan dan Sekuriti Makanan Negara. / *Director General's Address session titled Sustaining FAMA's 2025 Strategic Direction in Driving Agri-Food Industry Development and National Food Security.*



▸ Penyerahan Mock Check bernilai RM5,000 beserta trofi dan sijil kepada FAMA Negeri Kedah yang memenangi Anugerah Keseluruhan FAMA Negeri Terbaik.
Presentation of a mock cheque worth RM5,000, along with a trophy and certificate, to FAMA Kedah for winning the Best Overall FAMA State Award.



KERATAN AKHBAR
Newspaper Cuttings

05

1 JANUARI 2024 • *JANUARY, 1st 2024*
Utusan Malaysia, Malaysia

KOPIESATU SEMAKIN MENITI DI BIBIR PEMINAT KOPI

Oleh ABDUL RAZAK IDRIS

KEWUJUDAN jenama kafe kopi antarabangsa khususnya dari Barat bukan perkara baharu di negara ini malah pun di seantero dunia.

Malaysia sendiri sebagai sebuah negara yang berada di atas gariskan Khatulistiwa mempunyai muka bumi dan cuaca yang sesuai untuk pokok kopi ditanam dan menjadi minuman harian.

Kerajaan melalui Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) pada awal tahun 2000 mengambil inisiatif mewujudkan produk kopi dengan jenama Kopiesatu yang kini semakin dikenali.

Objektif utama projek Kopiesatu adalah untuk menjadi penanda bagi usahawan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di dalam industri berkaitan kopi.

Sejak 2001 hingga kini ia kekal sebagai produk IKS yang mempunyai kelompok pengguna tersendiri walaupun sudah dua dekad ia berada dalam pasaran.

Menarut Pengurus Pusat Memproses Makanan Fama (PMMF) Puchong Jaya, S. Murali produk jenama Kopiesatu menghadapi cabaran untuk terus kekal di pasaran disebabkan kemunculan pelbagai jenama kopi dengan pelbagai tarikan dari segi pemasaran bertaraf antarabangsa.

"Kita mewujudkan produk Kopiesatu dengan mendapatkan bekalan biji kopi terbaik dari Kawasan Sabah.

"Pemilihan biji kopi dari daerah tersebut bukan sesuka hati tetapi kerana bekalan mestilah terbaik sentiasa menjadi buruan pengeluar produk kopi seluruh peloksok dunia," katanya.

Beliau berkata demikian kepada *Utusan Malaysia* ketika ditemui di pejabat PMMF Puchong baru-baru ini.

Murali berkata, produk Kopiesatu diproses di PMMF dengan merdapat bekalan kopi dari Sabah sejak awal pengeluarannya.

Katanya lagi, kopi dari kawasan tersebut menjadi pilihan pihaknya hingga ke hari ini sentiasa diproses sebagai produk Kopiesatu kerana mempunyai perisa tersendiri.

"Apa yang saya ingin tekankan, kewujudan Kopiesatu adalah demi memenuhi permintaan di dalam suatu memajukan industri kopi tempatan dan juga membantu mempromosikan industri asas tani petani seluruh negara tidak kira di Semenanjung Malaysia mahupun di Sabah dan Sarawak.

"Kita patut berbangga kerana mampu menghasilkan jenama kopi yang mampu memenangi jenama antarabangsa yang sudah sedia terkenal berpuluh-tahun di pasaran," katanya.

Jelas Murali lagi, rakyat negara ini perlu bangga memiliki produk tempatan dan pihak-pihak tertanggal untuk memberi kesedaran kepada orang ramai mengenai kopi jenama Malaysia yang berkualiti tinggi.

Pada dasarnya kata Murali, jenama Kopiesatu ketika di peringkat awal, pihaknya turut mengkaji secara mendalam minat rakyat kepada minuman ikonik pelbagai golongan masyarakat ini.

"Kita turut membuat jangkaan atau unjuran penerimaan daripada orang ramai terhadap produk jenama Kopiesatu.

"Ia bertujuan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan seperti memberi pendedahan bahawa kopi adalah industri kopi tempatan. Bukan sahaja untuk meyakinkan pengguna untuk memilih produk yang sudah popular di peringkat antarabangsa," ujarnya optimis.

Katanya lagi, bukan sahaja menyediakan platform perniagaan kepada usahawan kecil dan sederhana," ujarnya.

Mengulas mengenai jualan Kopiesatu di outlet dan premiga Food Truck Murali berkata, ia meningkat antara 40 hingga 50 peratus sejak dua bulan lalu disebabkan pesatnya menghadapi masalah berpunca daripada masalah geopolitik dunia.

Jelasnya lagi, outlet di i-City Shah Alam menjadi tumpuan orang ramai yang mencari aroma/rasa kopi antarabangsa yang menjadi minat mereka sebelum ini.

"Selain beroperasi secara jualan *food truck* di PMMF Puchong, semasa outlet kami untuk di Putrajaya ialah di Outlet Kopiesatu di Kementerian Kewangan (Blok Utara), Outlet Kopiesatu di lobi Kementerian Pertanian Dan Keterjaminan Makanan (MAFI) dan Outlet Kopiesatu di lobi Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM) dan Outlet Kopiesatu Medan Selera Presint 9.

"Di Selangor kami beroperasi di Outlet Kopiesatu DOT 3 Sepang, Outlet Kopiesatu di lobi Hospital SG. Buloh dan Outlet Kopiesatu i-city Mall, manakala di Kuala Lumpur kami beroperasi di Outlet Kopiesatu lobi Kementerian Pertahanan (MINDEF). Di Perak, outlet kita terdapat di Outlet Kopiesatu RTC Gopeng dan di Kelantan di Institut Latihan FAMA Pasir Dickson," jelasnya.

Tambahnya lagi, secara kasar yang dipasarkan pihaknya adalah Arabica, Americano dan Latte.



FOOD truck Kopiesatu sentiasa menjadi tumpuan penggemar kopi di mana-mana program kerajaan dianjurkan. – UTUSAN/ABDUL RAZAK IDRIS



S. MURALI (kanan) dankeluarga Kopiesatu memegang serbuk kopi yang dihasilkan pihak PMMF.



KAKITANGAN PMMF Puchong Jaya membungkus serbuk kopi jenama Kopiesatu.

14 JANUARI 2024 • *JANUARY, 14th 2024*
Borneo Post (KK), Malaysia

Madani Agro Sales gearing up towards achieving 5,000-session target – Fama

KUCHING: The 2024 Madani Agro Sales programme would be expanded towards achieving the target of 5,000 sales sessions, expected to benefit 7.2 million households nationwide with estimated savings of RM77.25 million.

Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) chairman Aminuddin Zulkipli, in stating this, said last year, the programme recorded sales of RM90.8 million after being conducted at 5,271 locations nationwide, involving 73,508 entrepreneurs.

"Last year, this programme also successfully recorded savings of RM27.2 million for 10.5 million households.

"This clearly shows that the Madani Agro Sales has received a very positive response among Malaysians, especially those from the B40 (low-income) and M40 (medium-income) groups," he said in officiating at the 'Madani Agro Sales for Sarawak' at Medan Niaga Satok here yesterday.

Aminuddin said in Sarawak, the programme recorded sales of RM5.059 million after being conducted at 353 locations throughout the state involving 7,889 entrepreneurs.

Adding on, he said the implementation of Madani Agro Sales programmes was being constantly monitored and further expanded to help alleviate the burden of the people facing high cost of living.

"The government is committed to formulating special strategies to ensure the well-being of those in need amid the cost of living challenges.

"Through Madani Agro Sales, it can contribute to the improvement of accessibility and availability to facilitate consumers in obtaining fresh products at affordable prices," he said at the event, which also hosted Fama Development Institute senior director Isa Hamzah and Fama Sarawak director Ramli Mat Sani.

The Madani Agro Sales is a rebranding of the Direct Sales From Farm (JTDL) programme previously implemented by the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) through three implementing agencies: Fama, Farmers Organisation Authority (LPP), and Malaysia Fisheries Development Board (LKIM).

Fama has taken the approach of expanding the programe's implementation in its retail outlets nationwide, including farmers markets, permanent farmers markets, and 'agrobazaars'.

In addition, the organisation of the programme would benefit participants, consisting of contract farmers, government-guided entrepreneurs, manufacturers or processors of agro-food products.

Sellers would enjoy increased income through the concept of direct sales to consumers without involving middlemen, collectors and wholesalers.

Its special feature is the sale of selected fresh agricultural products at reasonable prices, such as vegetables, fruits, chicken, eggs, meat, fish, and others.

Moreover, there are also 'Madani Combos' and sales promotions for food products such as chicken, eggs, meat, Agromas products, and vegetables.

7 JANUARI 2024 • *JANUARY, 7th 2024*
Sunday Star, Malaysia

Agro Madani records success with sales hitting RM93.7mil

KUALA LUMPUR: The Agro Madani sale organised by the Agriculture and Food Security Ministry (KPKM) last year recorded sales amounting to RM93.7mil and involved the participation of 74,800 entrepreneurs.

Deputy Minister of Agriculture and Food Security Datuk Arthur Joseph Kurup said the programme was held at 3,608 locations, which exceeded the target of 5,000 locations, and attracted 2.9 million visitors.

"This programme indirectly increased the income of producers as they can sell their products or produce directly to consumers without going through middlemen.

"The impact on the general public is that we managed to save RM27.8mil on the price of goods to approximately 11.6 million households across the country," he said in his speech at the opening of the Agro Madani Mega Sales here yesterday, as reported by Bernama.



A good reason to shop: The public did not miss the opportunity to visit the Mega Madani Agro Sales program organised by the Board of Farmers' Organizations in Lotus Ampang. – Bernama

Given the overwhelming response, especially among the B40 and M40 groups, Arthur said the ministry will continue to hold the programme, hopefully at 5,000 locations, by October this year.

Meanwhile, Farmers' Organisation Authority (FOA) chairman Datuk Mahfuz Omar said the Agro Madani Mega Sales would serve as a platform for entrepreneurs to introduce their products directly to industry players.

"We want to bring together the industry players and the new entrepreneurs under FOA, the Federal Agricultural Marketing Authority and the Area Farmers' Organisation to market their products," he added.

At the event, a signing ceremony for the exchange of notes on skills training in agriculture was held between FOA and the Prisons Department.

According to Mahfuz, through the collaboration, the FOA will provide allocation for the training of prison inmates in agriculture.

"We have held this collaboration with prisons in Labuan, Kuala Krai and Perlis, and are planning to expand it to four other prisons," he said, adding that FOA also planned to involve the Skills Development Department under the Human Resources Ministry.

"This collaboration will enable inmates to obtain a skills certificate after attending the training, and they can then continue their studies for the Malaysian Skills Diploma level after completing their time in prison," he added.

15 JANUARI 2024 • *JANUARY 15th 2024*
Utusan Borneo Sarawak, Malaysia

Jualan Agro MADANI tangani kos sara hidup dan meningkatkan pendapatan usahawan: Aminuddin

KUCHING: Jualan Agro MADANI yang diperkenalkan di Sarawak mulai semalam akan sentiasa dipantau dan diperluaskan selaras dengan hasrat kerajaan untuk membantu meringankan beban rakyat dengan kos sara hidup yang masih tinggi.

Perkara itu ditegaskan menerusi satu kenyataan pada Unit Komunikasi korporat FAMA Negeri pada semalam.

Jualan itu akan dilaksanakan oleh agensi pelaksana di bawah Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM).

"KPKM melalui agensinya FAMA komited dan bersungguh mengutamakan kesejahteraan rakyat dan berdepan pelbagai cabaran.

"Sehubungan itu, KPKM bersedia mengambil sikap terbuka bagi memperbaik segala aspek yang perlu bagi memperkukuh sistem pembekalan makanan dan ketahanan makanan negara," katanya.

Pelancaran Jualan Agro MADANI Peringkat Sarawak di Kubah Ria pada semalam disempurnakan oleh Menteri Pertanian dan Industri Makanan, Datuk Seri Dr Mohamad Sabu.

Turut menjual pelbagai barangan pertanian dan makanan seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ayam, telur, daging, ikan dan lain-lain yang dijual pada harga berpatutan.

Selain itu, terdapat juga Kombo MADANI dan promosi jualan seperti produk makanan seperti ayam, telur, daging, produk Agromas dan sayur-sayuran.

Pada tahun lepas Jualan Agro MADANI di Sarawak telah mencatat nilai jualan RM5.059 juta setelah diadakan di 353 lokasi di seluruh bahagian negeri ini dengan melibatkan 7,889 usahawan.

Aminuddin pula menambah Jualan Agro MADANI dapat menyumbang kepada peningkatan kebolehdapatan dan ketersediaan bagi memudahkan penggunaan mendapatkan bekalan produk segar pada kadar harga yang berpatutan.

"Jualan Agro MADANI akan diperluaskan pelaksanaannya dengan sasaran sebanyak 5,000 sesi jualan pada tahun ini yang dijangka akan memberi manfaat kepada 7.2 juta isi rumah dengan nilai penjimatan dianggarkan RM17.25 juta," ujarnya kemudian.

FAMA juga telah mengambil pendekatan dengan memperluas pelaksanaan program di outlet-outlet peruncitan FAMA di seluruh negara, antaranya seperti Pasar Tani, Pasar Tani Kekal dan Agrobazaar.



BERPATUTAN: Aminuddin (kanan) menunjukkan jualan telur dan bergambar bersama pelanggan di Kubah Ria semalam.

16 JANUARI 2024 • *JANUARY, 16th 2024*
Kosmo, Malaysia

FAMA mahu mengurangkan penglibatan orang tengah bagi mengawal harga

Cari jalan sayur tidak tidak naik harga

Oleh ROSMIZAN RESDI

KOTA BHARU – Program Khidmat Pemasaran Ladang Kontrak (KPLK) yang diperkenalkan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) mampu mengekang peranan orang tengah sekali gus dapat mengawal kestabilan harga sayur-sayuran dan buah-buahan.

Timbalan Ketua Pengarah (Operasi) FAMA, Abd. Rahman Mahmood berkata, program itu turut membantu pihaknya mengumpul data lengkap berkaitan hasil tanaman bagi pelaksanaan dan perancangan masa hadapan.

Menurutnya, petani dan pengeluar akan dapat menguranglan penglibatan orang tengah sekiranya berdaftar dengan Fama.

"Selain itu, KPLK juga dapat menyelesaikan masalah bekalan sekiranya berlaku kejadian seperti bencana.

"Bagaimanapun, kebanyakan petani dan pengeluar tidak mahu mendaftar dengan FAMA disebabkan beberapa faktor tertentu.

"Kaedah itu dapat mengawal harga sayur sayuran dan buah-buahan sekali gus membantu mengurangkan kos sara hidup rakyat di bawah komponen makanan segar," ujarnya.



ABD. RAHMAN (kiri) meninjau gerai jualan sayur-sayuran pada Program Jualan Agro Madani di RTC Tunjong, Kota Bharu semalam.

16 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY, 16th 2024*
Borneo Post (Kuching), Malaysia

Medan Niaga Satok fort set to become tourist attraction — Fama S'wak director

KUCHING: The Medan Niaga Satok fort upgrading project, when completed, is poised to become a magnet for tourists, drawing visitors from across Peninsular Malaysia, said Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) Sarawak director Ramli Mat Sani.

He said under the guidance of Fama and following approval of the design by Premier Datuk Patinggi Tan Sri Abang Johari Tun Openg, the project is set to transform the fort, locally known as 'benteng', and its area, attracting both local and out-of-state tourists.

"After a thorough tender process, the project has been awarded to the winning contractor. The anticipated timeline for completion is 72 weeks, representing a significant milestone in Sarawak's tourism infrastructure development," he pointed out during a press conference to announce the 2024 Fama Fest@Sarawak at the Fama Sarawak headquarters here yesterday.

He also revealed that funding for the project, totalling approximately RM7 million, has been approved by the state government, with a portion allocated for the construction of a multi-storey car park adjacent to the fort, enhancing visitor accessibility.

"We anticipate that the completion of this fort will not only attract more visitors from Kuching and across Sarawak but also entice tourists from other states in Peninsular Malaysia," he said.

Meanwhile, when announcing the Medan Niaga Satok Ramadan Bazaar 2024, managed by Fama, he highlighted the meticulous attention to detail, including uniformity in presentation and stringent cleanliness standards.

"With 72 lots available for traders throughout the month of Ramadan, Fama's bazaar stands out for its commitment to hygiene and food safety. We ensure that the food sold is not only delicious but also safe and nutritious," he said.

Also present during the press conference were Fama Sarawak deputy director for development Adeyong Tomick and deputy director for operations Greyston Peli.

16 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY, 16th 2024*
Utusan Borneo Sarawak, Malaysia

FAMA Fest 2024@Sarawak di Miri sasar hasil RM500,000

Program 1 hingga 4 Mac depan di Bintang Megamall bertujuan promosi produk pertanian, makanan peniaga tempatan

KUCHING: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) menyasarkan sejumlah RM500,000 hasil jualan daripada Program FAMA Fest 2024@Sarawak yang akan diadakan dari jam 10 pagi hingga 10 malam, bermula 1 hingga 4 Mac depan di Miri.

Pengarah FAMA Sarawak, Ramli Mat Sani berkata, objektif program adalah untuk menampil dan mempromosikan produk pertanian dan makanan yang dihasilkan peniaga tempatan negeri ini kepada komuniti terutamanya di Miri serta rakyat Brunei dan juga Sabah.

Beliau memberitahu, program yang diadakan di Bintang Megamall Miri itu juga bertujuan bagi memperluaskan lagi pasaran produk daripada hasil asas tani serta produk segar negeri kepada pasaran dalam dan luar negara, selain mempromosikan produk peniaga menerusi platform Portal Agrobazaar Online.

"Kami (FAMA) menyasarkan kira-kira 25,000 pengunjung termasuk warga Miri dan sekitarnya, mereka dari Brunei Darussalam dan Sabah berkunjung ke program ini nanti. Disamping hasil daripada aktiviti jualan oleh peniaga dalam tempoh empat hari program adalah berjumlah RM500,000.

"Sempena dengan program ini nanti, turut diadakan program pemadanan perniagaan kepada peniaga serta agensi atau pengimport negara luar iaitu Hong Kong, Brunei Darussalam, Thailand, Kemboja dan China selain pasaran tempatan sendiri.

"Peniaga yang berminat untuk mempromosikan produk mereka ke negara luar boleh menyertainya yang diadakan pada 4 Mac di bilik mesyuarat Orkid, Hotel Meritz.

"Menerusi program sebegini, FAMA juga menyasarkan sekurang-kurangnya 15 tan metrik jualan segar termasuk pelbagai jenis buah-buahan serta sayur-sayuran sepanjang program diadakan," katanya pada sidang media mengenai FAMA Fest 2024@Sarawak di Dataran Pusat FAMA Sarawak di sini, semalam.

FAMA Fest 2024@Sarawak dijangka dirasmikan Timbalan Ketua Setiausaha (Pembangunan) Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan Datuk Badrul Hisham Mohd dan dihadiri Ketua Pengarah FAMA Abdul Rashid Bahri serta wakil Menteri Industri Makanan, Komoditi dan Pembangunan Wilayah Sarawak.

Menerusi FAMA Fest 2024@Sarawak, iaitu program edisi ketiga FAMA, kira-kira 34 peniaga termasuk dari Sarawak dan Semenanjung Malaysia dijemput hadir iaitu kategori tiga hingga lima (dengan nilai jualan RM100,000 hingga RM15 juta).

Dalam program berkenaan, FAMA menerusi peniaga yang mengambil bahagian bakal menampilkan 200 produk Stok Unit Milik yang tersedia.

Selain itu, Jualan Agro MADANI, iaitu program yang sedang dilaksanakan FAMA bagi menguranginkan harga pada peringkat runcit dan pasaran, juga diadakan sempena program FAMA Fest 2024@Sarawak.

Semasa Jualan Agro MADANI diadakan, FAMA turut menawarkan KOMBO MADANI pada harga istimewa.

Hadir sama pada sidang media semalam ialah Timbalan Pengarah FAMA Sarawak (Pembangunan) Adeyong Tomick dan Timbalan Pengarah FAMA Sarawak (Operasi) Greyston Peli.



SERTAI KAMI: Ramli pada sidang media semalam menjemput orang ramai memeriahkan Program FAMA Fest 2024@Sarawak dari 1 hingga 4 Mac di Miri. Turut kelihatan, Adeyong (kanan) dan Greyston (kiri).

> "Kami (FAMA) menyasarkan kira-kira 25,000 pengunjung termasuk warga Miri dan sekitarnya, mereka dari Brunei Darussalam dan Sabah berkunjung ke program ini nanti."

20 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY, 20th 2024*
Harian Metro, Malaysia

MASALAH DUKU KUALA BERANG

Fama bakal bina pusat pengumpulan

Oleh Nazdy Harun
am@hmetro.com.my

Kuala Berang

Keluhan petani dan pekebun daerah ini dalam memasarkan hasil tani mereka dalam perhatian Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Fama) Terengganu.

Ia termasuk desakan untuk mewujudkan pusat pengumpulan setempat untuk semua produk segar terutama Duku Terengganu yang meletakkan daerah ini sebagai pengeluar terbesar negeri.

Pengarah Fama negeri, Muhamad Fadlee Hassan berkata, pihaknya bercadang membangunkan pusat pengumpulan buah itu di Kampung Tanjung Putat.

Katanya, ia akan dibangun di atas tanah berkeluasan 1.5 hektar yang boleh juga dijadikan pusat hasil pertanian terbesar negeri.

Menurutnya, ketika ini, Terengganu mempunyai 13 lokasi pengumpulan duku dengan tujuh daripadanya terletak di Hulu Terengganu.

"Keluasan tanah bagi tanaman Duku Terengganu keseluruhannya adalah 831.4 hektar manakala bagi Hulu Terengganu pula adalah 428.6 hektar iaitu separuh daripada tanaman duku negeri.

"Justeru, Fama bercadang mewujudkan pusat pengumpulan dan pemasaran di daerah ini, memandangkan daerah ini adalah pengeluar terbesar Duku Terengganu," katanya.

Muhamad Fadlee berkata tahun lalu yang berakhir pada 31 Oktober, pihaknya membeli 450 tan metrik Duku Terengganu di seluruh negeri sebelum dipasarkan.

Katanya, pengeluaran Duku Terengganu tahun lalu juga mencapai 3,734 tan metrik yang bernilai RM6,721,000 dengan pengeluaran buah itu di Hulu Terengganu mencecah 1,872 tan metrik (RM3,370,900).

Menurutnya, Duku Terengganu adalah komoditi yang mempunyai jangka hayat pendek iaitu tiga hari dan waktu pungutan pada sebelah pagi perlu terus dihantar untuk dijual di pasaran pada sebelah petang.

"Justeru dengan wujudnya pusat pengumpulan terbesar ini diharap dapat mempercepatkan proses berkenaan," katanya.



LOKASI yang dicadangkan Fama untuk dijadikan pusat pengumpulan dan pemasaran Duku Terengganu di Kampung Tanjung Putat, Kuala Berang.



Justeru, Fama bercadang mewujudkan pusat pengumpulan dan pemasaran di Kuala Berang memandangkan daerah ini adalah pengeluar terbesar Duku Terengganu"

Muhamad Fadlee

Akhbar ini semalam melaporkan keluhan petani dan pekebun dalam memasarkan hasil disebabkan ketiadaan pusat pengumpulan setempat.

26 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY, 26th 2024*
Kosmo, Malaysia

Program anjuran FAMA Perlis manfaatkan usahawan dan rakyat

Agro Madani tawar barang keperluan harga rendah

Oleh NORLIDA AKMAR IDROS

KANGAR – Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Perlis menyasarkan untuk mengadakan sebanyak 232 Jualan Agro Madani pada tahun ini bagi memboleh kan lebih ramai rakyat negeri ini mendapatkan barang keperluan pada harga rendah.

Pengarahnya, Mohd. Anzara Azizan berkata, jualan tersebut telah memasuki 39 kali penganjuran tahun ini termasuk penyertaan FAMA dalam Karnival Usahawati dan Jualan Mega Madani Kuskop (Kuskop) di tiga dalam Jualan dengan kepada Kelab sini se- antara pada hasan bebo seektor ayam dan sayur pada harga RM50, dua ing dan beras.

"Bagi jualan beras, FAMA negeri pada setiap minggu mendapat 3,000 kampit beras untuk ruang-ruang pasaran yang kita akan hantar. Pada hari ini (semalam) di Karnival Usahawan dan Jualan Mega Madani Kuskop kita bawa 300 kampit.

"Saya lihat banyak juga jualan dan boleh tambah bekalan (beras) mengikut permintaan di sini," ujarnya.

Sementara itu, kata Mohd. Anazra, pihaknya juga dalam rangka kerja sama dengan pihak Majlis Agama Islam dan Adat Istiadat Melayu Perlis (MAIPS) untuk memperluaskan lagi rangkaian jualan tersebut.

"Berdasarkan penganjuran Jualan Agro Madani ini pada minggu lepas di Taruma MAIPS, kita akan meneruskan jualan itu pada minggu depan dan minggu seterusnya," jelasnya.



MOHD. ANZARA (kiri) menyantuni pengunjung Jualan Agro Madani sempena Karnival Usahawan dan Jualan Mega Madani Kuskop yang berlangsung selama tiga hari dan berakhir di Kangar semalam.

28 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY, 28th 2024*
The Sun, Malaysia

Fama aims to improve organisational structure

KUALA LUMPUR: Improving the organisational structure of the Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) is among 12 efforts listed in the agency's direction for the 2023 to 2026 period.

Its director-general, Abdul Rashid Bahri, said this was to ensure that the agency's leadership is on the right track in line with the era of digitalisation.

"Fama is 59 years old this year, so we will see a change of leadership between the old generation and the young generation in these two years.

"We will also empower the experience, knowledge and expertise of the staff because, with the changing world, it is more urgent for us to change especially in the digital era, which is more geared towards Artificial Intelligence."

He said the focus will also be on efforts to expand Fama's powers by amending Section 3 of the Federal Agricultural Marketing Authority Act 1965 (Act 141) on the function of the authority to upgrade its role as the national food security agency.

Abdul Rashid said Fama will also focus on improving the Marketers' Registration Regulations and the Grading, Packaging and Labeling Regulations.

Fama will also intensify efforts to help youth venture into agriculture through special programmes such as New Breed Market Entrepreneur and the Marketing Partner Contract to improve their adaptation towards digitalisation.

He said Fama will also continue to organise the Madani Agro Sales Programme, and this year's target is to hold 5,000 sales sessions.

"Last year we implemented 5,271 programmes and we managed to reach the target.

"This year we will continue with the sales programme and so far has implemented about 720 sales sessions," he said. – Bernama

6 MAC 2024 • *MARCH, 6th 2024*
Utusan Borneo Sarawak, Malaysia

Jualan Agro MADANI: Tiada subsidi khusus, jualan murah kerana tiada kos orang tengah

KUALA LUMPUR: Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) tidak menyediakan sebarang subsidi khusus kepada peniaga yang menyertai Jualan Agro MADANI, namun peniaga tetap dapat menawarkan harga barangan yang lebih murah, Dewan Rakyat diberitahu semalam.

Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan Datuk Arthur Joseph Kurup berkata ini kerana mekanisme program itu adalah jualan secara terus tanpa melalui orang tengah yang membolehkan pengguna menikmati harga 10 hingga 30 peratus lebih murah, manakala petani dan peniaga masih dapat meraih keuntungan.

Beliau berkata KPKM menyasarkan sebanyak 5,000 program Jualan Agro-MADANI pada tahun ini.



bagi mencapai sasaran keseluruhan 10,000 program bagi tempoh 2023 hingga 2024.

Selain itu, Arthur memaklumkan terdapat beberapa program jualan murah yang turut dilaksanakan kementerian dan agensi lain seperti Jualan Rahmah, namun pelarasan bersama perlu dilakukan supaya pelaksanaannya lebih berkesan dan bersasar.

"Perbezaan setiap program jualan ini ialah dari segi peserta jualan, lokasi dan modal pelaksanaannya. Bagi Jualan Agro MADANI melibatkan peserta ladang kontrak FAMA (Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan), LPP (Lembaga Pertubuhan Peladang) dan LKIM (Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia), manakala Jualan Rahmah melibatkan peserta peruncitan dan Jualan MADANI Koperasi membabitkan koperasi," katanya di Dewan Rakyat semalam.

Beliau menjawab soalan tambahan Datuk Awang Hashim (PN-Pendang) yang ingin tahu perbezaan program Jualan Agro MADANI, Jualan Rahmah dan Jualan MADANI Koperasi, serta pemberian subsidi bagi pelaksaan program selain mencadangkan agar pelarasan bersama dibuat untuk keberkesanan program.

Arthur berkata Jualan Agro MADANI dilaksanakan di premis kerajaan, outlet pengumpulan hasil ladang dan kawasan penduduk B40 dan M40 berkepadatan tinggi, manakala Jualan Rahmah di premis pasar raya dan J MADANI Koperasi di p koperasi.

Menjawab soalan Datuk Seri Hishamm Tun Hussein (BN-S brong) berhubung ke puan Jualan Agro MAI dilaksana secara melua berterusan, Arthur be program itu akan dac secara berterusan.

"Bagi menjamin ke sungan pelaksanaan pro ini, KPKM melaksan program ini di pelt lokasi seluruh negara gan memastikan pengli usahawan dan peserta L Kontrak KPKM dari ka sekitar.

"Selain itu, usahawa masar yang dibangu melalui Program R Pemasar Kontrak Pema (RPKP) di bawah F turut diberi peluang untuk terlibat secara langsung," katanya. — Bernama

11 MAC 2024 • *MARCH, 11st 2024*
Harian Ekspres (KK), Malaysia

Karnival Jualan Agro Madani Sook pertama di Pedalaman

Marutin Ansiung

SOOK: Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan mengadakan 5,608 Jualan Agro Madani di seluruh negara, menarik 2.9 juta pengunjung tahun lepas.

Jualan Agro Madani melibatkan 74,800 usahawan dan menjana pendapatan RM93.7 juta.

Timbalan Menterinya, Datuk Arthur Joseph Kurup, berkata Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Fama) Sabah mengadakan 387 Jualan Agro Madani dengan jumlah jualan RM5.2 juta dan melibatkan 3,990 perusahaan.

Katanya, setakat 3 Mac lalu, Jualan Agro Madani telah berlangsung di 1,227 lokasi di seluruh negara membabitkan 16,242 usahawan tempatan dan membawa penjimatan sebanyak RM7.87 juta kepada pelanggan.

Ahli Parlimen Pensiangan itu seterusnya berkata, sebagai wakil dari kawasan pedalaman Sabah, beliau komited untuk memastikan rakyat di pedalaman sama ada orang awam dan usahawan mendapat manfaat daripada banyak projek Kementerian.

"Kementerian melalui jabatan dan agensinya komited dalam merancang dan melaksanakan pelbagai inisiatif bagi menangani isu kos sara hidup rakyat," katanya selepas merasmikan Karnival Jualan Agro Madani Sook di tengat letak kereta medan selera pada Ahad.

Beliau berkata ini adalah kali pertama Jualan Mega Agro Madani diadakan di pedalaman Sabah.

Arthur berkata ini selaras dengan tugas Kementerian sebagai penggerak utama dalam memastikan bekalan makanan sentiasa mencukupi dan tersedia untuk semua rakyat.

Beliau berkata, penganjuran Jualan Agro Madani adalah usaha Kementerian melalui Fama, Lembaga Pertubuhan Peladang dan Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia (LKIM), untuk mewujudkan usaha cepat menang bersegadu tertumpu kepada penjimatan dan mengurangkan kos sara hidup rakyat.

Katanya, Karnival Jualan Mega Agro Madani Sook merupakan acara Jualan Agro Madani berskala besar pertama.

"Inisiatif ini telah menarik penglibatan lebih 100 penjual serta sejumlah 135 unit simpanan stok produk pelbagai jenis produk agromakanan keluaran tempatan di Sabah," katanya.

Beliau berkata, karnival itu menyediakan ruang kepada petani dan peniaga untuk menawarkan produk mereka secara langsung dan tidak langsung pada kadar 10 hingga 30 peratus lebih rendah daripada harga pasaran kerana kekurangan orang tengah.



ARTHUR (tiga dari kanan) semasa berkunjung dan melancarkan jualan beras di gerai PPK Nahawan.

Katanya, dengan harga yang lebih rendah dan kepelbagaian produk yang dibekalkan, Kementerian percaya ini akan menjana hasil jualan RM250,000 dan menarik 5,000 orang sepanjang penganjuran dua hari itu.

Salah satu acara kemuncak Karnival Jualan Mega Agro Madani ialah gerai Pertubuhan Peladang Kawasan (PKK) Nahawan, yang menjual 2,000 kampit beras 10kg pada harga RM26 setiap satu.

19 MAC 2024 • *MARCH, 19th 2024*
Utusan Malaysia, Malaysia



WAN Faizatul Aniza Ismayatim (dua dari kiri) menunjukkan buah tembikai wangi yang diusahakan oleh petani di Kampung Banggol, Kota Bharu, Kelantan semalam. - UTUSAN/ ROSLIZA MOHAMED

Kemarau: FAMA beri jaminan bekalan sayur tidak terjejas

KOTA BHARU: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Kelantan mengesahkan pengeluaran sayur-sayuran di negeri ini tidak terjejas walaupun berdepan cuaca kemarau ketika ini.

Pengarahnya, Wan Faizatul Aniza Ismayatim berkata, setakat ini pihaknya tidak menerima sebarang maklumat atau laporan serta isu berkait isu berkenaan

pemberita selepas Majlis Menandatangani Perjanjian (MoU) Jual Beli Tembikai Wangi Peserta Ladang Kontrak Projek Kampung Banggol di sini semalam.

Mengulas lanjut, Wan Faizatul Aniza memberitahu, cukup atau tidak bekalan di pasaran bergantung kepada penawaran serta permintaan semasa bahan mentah itu.

pengusaha tanaman menghadapi krisis tenaga kerja.

Pengerusi Persekutuan Penanam Sayur Sayuran Malaysia, Lim Ser Kwee, berkata ia berikutan pengumuman kerajaan baru-baru ini untuk membatalkan kuota pekerja asing yang tidak digunakan sebelum 31 Mac ini.

Katanya, senario itu akan menyebabkan harga sayuran di pasaran meningkat mendadak apabila bekalan sayuran berkurangan dengan hasil sayuran tidak dapat dikeluarkan seperti biasa akibat kekurangan tenaga kerja.

24 MAC 2024 • *MARCH, 24th 2024*
Mingguan Sarawak, Malaysia

Program Jualan Agro MADANI: 30 minit, 300 pek makanan dijual

KUCHING: Hanya mengambil masa 30 minit, sebanyak 300 set makanan berjaya dijual dalam Program Jualan Agro MADANI di Kenyalang, semalam.

Jualan Agro MADANI merupakan kerjasama di antara Pejabat Parlimen 195 Bandar Kuching dengan Kementerian Pertanian dan FAMA.

"Sambutan amat memberangsangkan yang mana 300 pek makanan telah dijual dalam tempoh 30 minit. Set makanan termasuk 300 paket beras (lima kilogram) yang ditaja oleh pejabat saya," kata Ahli Parlimen Bandar Kuching, Dr. Kelvin Yii.

Sehubungan itu, beliau berharap program ini dapat mengurangkan beban kewangan di dalam berdepan dengan kos kenaikan sara hidup rakyat di negeri ini.



LARIS 30 MINIT... Dr Kelvin padang bagi menyaksikan Program

15 MAC 2024 • *MARCH, 15th 2024*
Kosmo, Malaysia

Harga jualan hasil tanaman itu di ladang melonjak pada minggu pertama Ramadan

Petani tembikai boleh dapat RM1 juta

Oleh MOHD. AZLI ADLAN

MARANG – Pengusaha ladang tembikai di Terengganu dijangka menjana pendapatan keseluruhan lebih RM1 juta berikutan permintaan tinggi buah tersebut pada Ramadan ini.

Pengarah Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Terengganu, Muhamad Fadlee Hassan berkata, tiga ladang utama penanaman tembikai di negeri ini iaitu Serating, di sini, serta Rhu Tapai dan Nyatoh di Setiu dijangka mengeluarkan hasil hampir 800 metrik tan sepanjang Ramadan ini.

"Permintaan tembikai amat tinggi pada awal Ramadan ini dan dijangka berlarutan sehingga minggu ketiga bulan puasa ini.

"Harga jualan tembikai di ladang juga serendah 80 sen sekilogram (kg) kini telah melonjak sehingga RM1.90 bagi kuantiti sama pada minggu pertama Ramadan ini," katanya di Taman Kekal Pengeluaran Makanan (TKPM) Serating, di sini semalam.



MUHAMAD FADLEE (kiri) memeriksa buah tembikai yang bakal dituai untuk program jual beli FAMA di Taman Kekal Pengeluaran Makanan Serating, Marang semalam.

Terdahulu, beliau menyaksikan majlis menandatangani perjanjian jual beli tembikai dengan empat pengusaha melibatkan anggaran hasil 200 tan metrik.

Beliau menjangkakan harga jualan tembikai di ladang negeri ini boleh mencecah sekurang-kurangnya RM2 sekilogram menjelang pertengahan Ramadan ini.

Jelasnya, harga runcit tembikai di pasaran ketika ini antara RM3.50 hingga RM4 sekilogram.

"Hasil tuaian tembikai diusahakan petani yang menjalin kerjasama dengan FAMA bukan sahaja untuk pasaran negeri ini, malah dihantar ke Lembah Klang, Perak dan Johor.

"Kebetulan hasil tanaman tembikai petani di Pantai Barat masih belum matang untuk dituai," katanya.

Sehubungan itu, tambahnya, kesempatan tersebut boleh diambil petani di Pantai Timur termasuk Terengganu bagi menampung kekurangan bekalan terbabit.

3 APRIL 2024 • *APRIL, 3 2024*
Harian Ekspres (KK), Malaysia

Jualan Semarak Syawal Agro Madani bermula

IPOH: Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) menerusi Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Fama) mengadakan jualan Semarak Syawal Agro Madani di seluruh negara bermula hari ini (Rabu) hingga menjelang Aidilfitri.

Fama dalam kenyataan memaklumkan pelaksanaan jualan berkenaan bagi memberi peluang kepada pengguna mendapatkan barangan keperluan menyambut hari raya.

Menurut kenyataan itu, jualan Semarak Syawal Agro Madani diadakan di 12 outlet pemasaran Fama di sekitar negeri Perak seperti pasar tani, Agrobazaar Rakyat dan Pusat Transformasi Luar Bandar (RTC) Perak.

"Ia bertujuan memberi peluang kepada usahawan mengadakan jualan semasa musim sambutan Aidilfitri yang mendapat permintaan tinggi dalam kalangan pengunjung.

"Selain barangan segar seperti daging, ayam dan sayur-sayuran, pengguna juga berpeluang mendapatkan bekalan juadah Aidilfitri seperti ketupat, rendang, lemang dan kuih-muih untuk keperluan hari raya yang turut dijual di outlet pemasaran ini," menurut kenyataan itu.

Sementara itu Timbalan Pengarah (Operasi) Fama Negeri Perak Mohd Nazim Mohd Adnan berkata penganjuran jualan berkenaan sebagai satu peluang pasaran tambahan kepada usahawan di negeri Perak untuk meningkatkan pendapatan. – Bernama

34 APRIL 2024 • *APRIL, 4 2024*
Utusan Borneo Sarawak, Malaysia

Perak negeri pertama tuai hasil bawang tempatan, membabitkan 2.3 tan metrik

TAPAH: Perak menjadi negeri pertama di Malaysia menuai hasil bawang tempatan jenis BW1 sekitar 2.3 tan metrik di kawasan seluas 0.6 hektar menerusi Projek Pembangunan Tanaman Bawang di Kampung Ladang Bikam.

Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) Datuk Arthur Joseph Kurup berkata projek kerjasama dengan Jabatan Pertanian Negeri itu sebelum ini dilaksanakan secara tiga fasa di kawasan seluas satu hektar, menyasarkan pengeluaran hasil kira-kira empat tan metrik per hektar.

"Untuk penuaian pertama ini ia melibatkan fasa satu dan hanya membabitkan kawasan seluas 0.6 hektar dengan hasil pengeluaran sekitar 2.3 tan metrik. Selepas itu, penuaian akan bersambung kepada fasa dua dan fasa tiga.



HASILNYA: Arthur menunjukkan bawang yang telah dituai pada Program Penuaian Projek Tanaman Bawang di Kampung Ladang Bikam, Sungkai di Tapah semalam. — Gambar Bernama

"Saya yakin projek rintis ini mampu menjadi pencetus kepada pengeluaran bawang dalam negara sekali gus memenuhi keperluan rakyat Malaysia, sekali gus mengurangkan kebergantungan terhadap bawang import," katanya ketika ditemui pada Majlis Tuaian Hasil Projek Rintis Tanaman Bawang Secara Besar-Besaran di sini, semalam.

Turut hadir Ketua Setiausaha KPKM Datuk Lokman Hakim Ali, Pengarah Bahagian Pembangunan Industri Tanaman Christopher John Biai dan Pengarah Pertanian Negeri Perak Norsiyenti Othman.

Dalam pada itu katanya semua hasil pengeluaran tersebut akan dipasarkan oleh Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) ke mana-mana lokasi yang mempunyai permintaan tinggi.

Selain itu, beliau berkata Perak merupakan antara enam negeri yang akan menjadi hab pengeluaran tanaman bawang tempatan jenis BW1 di Malaysia bagi kegunaan domestik.

Beliau optimis perkara itu dapat direalisasikan memandangkan kerajaan negeri turut menyokong usaha berkenaan untuk diperluaskan di seluruh Perak.

"Pihak kementerian telah mengenal pasti enam negeri iaitu Perak, Selangor, Perlis, Pulau Pinang, Pahang dan Kelantan. Semua ini adalah perancangan dan sasaran kita untuk mencapai kadar sara diri (SSL) bawang tempatan sebanyak 30 peratus menjelang 2030. — Bernama

24 APRIL 2024 • *APRIL, 24th 2024*
Utusan Malaysia, Malaysia

FAMA rai anak yatim, asnaf

KIRA-KIRA 25 kanak-kanak daripada Pertubuhan Kebajikan Anak-Anak Yatim dan Asnaf Baitun Nurrawdhah diberi sumbangan duit raya bersempena dengan Hari Raya Aidilfitri di Majlis Semarak Kasih Aidilfitri Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) bersama Usahawan 2024, di FAMA Point, Kuala Lumpur.

Sumbangan itu diserahkan oleh Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan, Datuk Seri Mohamad Sabu.

Selain itu, FAMA turut menyediakan pelbagai aneka juadah bagi meraikan tetamu-tetamu yang hadir ke majlis tersebut.

Turut hadir, Ketua Pengarah FAMA, Abdul Rashid Bahri dan barisan pimpinan lain serta Ahli Parlimen Bentong, Young Syefura Othman.

■ MOHAMAD Sabu (tengah) bersama Pengerusi FAMA, Amiruddin Zulkipli (baju biru) dan Ketua Pengarah FAMA, Abdul Rashid Bahri hadir pada majlis memberi sumbangan kepada anak-anak yatim Baitul Nurawdah Keramat sempena Majlis Semarak Kasih Aidilfitri FAMA. – UTUSAN/MOHD FIRDAUS MOHD JOHARI



7 APRIL 2024 • *APRIL, 7th 2024*
Berita Harian Ahad, Malaysia

Jualan Semarak Syawal Agro MADANI rai Aidilfitri

FAMA sedia potongan hingga 30 peratus bantu ringan beban pengguna di 753 lokasi



Mohamad Sabu (tengah) menyaksikan ayam kepada pelanggan yang dijual pada pelaga berharga RM10 sekilo pada Majlis Pelancaran Semarak Agro MADANI Peringkat Kebangsaan di Pasar Tani Taman Sri Andalas, Klang.

Klang: Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) melalui FAMA menganjurkan Jualan Semarak Syawal Agro MADANI di 753 lokasi di seluruh negara, sempena Aidilfitri.

Menteri Datuk Seri Mohamad Sabu, berkata menerusi inisiatif ini pengguna boleh mendapatkan barangan keperluan dengan potongan harga hingga 30 peratus.

Beliau berkata inisiatif itu, bagi memaklumkan hasrat Perdana Menteri, Datuk Seri Anwar Ibrahim yang mahu agensi berkaitan turun padang, membantu meringankan beban pengguna menjelang musim perayaan untuk mendapatkan barangan keperluan pada harga yang rendah.

"Insya-Allah bekalan untuk jualan ini mencukupi, dan pemiliharaan Dewan Undangan Negeri (DUN) juga bertanggungjawab menjadikan sebagai lokasi di sesuatu kawasan DUN jika seperangi program RMKe-12 jika seperangi program RMKe-12 jika seperangi program Jualan berkenaan tahun ini.

Lebih murah pengumatan

Program berkenaan akan turut melibatkan Jualan AGRO MADANI di 153 lokasi pasar pemasaran tersebut bagi menawarkan nilai jualan sebanyak RM83 juta.

Sementara itu, FAMA dalam kenyataan memaklumkan menawarkan pelbagai produk pertanian dan makanan berasaskan mangga antara tarikan utama pada penganjuran Agrofiesta 2024 yang berlangsung di sebuah pasar raya di sini.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) memaklumkan, lapan tan metrik harumanis dibawa khas dari Perlis sempena penganjuran program itu selain produk industri makanan dan asas tani (IMAT) seperti aiskrim, tart dan pulut harumanis, coklat mangga serta mango shake.

"Agrofiesta 2024 menyediakan 30 lot jualan yang memberi manfaat kepada 17 usahawan. Program ini menyasarkan kehadiran pengunjung seramai 25,000 orang dengan nilai jualan usahawan sebanyak RM500,000 selama tiga hari," menurut FAMA menerusi kenyataan di sini pada Ahad.

Majlis perasmian Agrofiesta 2024 disempurnakan Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan, Datuk Lokman Hakim Ali.

Selain harumanis, program yang berlangsung di AEON Alpha Angle Wangsa Maju selama tiga hari bermula Jumaat itu turut mengetengahkan produk pertanian lain seperti mangga sala, pomelo, nangka madu (J33), jagung manis dan pulasan.

Penganjuran Agrofiesta 2024 yang menyediakan platform pasaran dan promosi kepada produk pertanian tempatan adalah selaras dengan peranan FAMA selaku agensi penerajui utama pemasaran produk agromakanan, selain memperluaskan saiz pasaran bagi memastikan produk pertanian dan IMAT mudah diperoleh.

"Agrofiesta 2024 juga merupakan platform memberi pendedahan kepada usahawan ke arah mempertingkatkan tahap keusahawanan dan daya saing serta menarik minat usahawan muda menceburi bidang pemasaran berasaskan pertanian.

"Walaupun trend usahawan hari ini lebih ke arah pendigitalan, program jualan dan promosi secara fizikal juga tidak dinafikan mampu memberikan impak lebih tinggi," menurut kenyataan itu. – *Bernama*

29 APRIL 2024 • *APRIL, 29th 2024*
Sinar Harian, Malaysia

Lapan tan harumanis dibawa khas dari Perlis

KUALA LUMPUR – Produk pertanian yang sinonim dengan Perlis, harumanis dan produk makanan berasaskan mangga antara tarikan utama pada penganjuran Agrofiesta 2024 yang berlangsung di sebuah pasar raya di sini.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) memaklumkan, lapan tan metrik harumanis dibawa khas dari Perlis sempena penganjuran program itu selain produk industri makanan dan asas tani (IMAT) seperti aiskrim, tart dan pulut harumanis, coklat mangga serta mango shake.

"Agrofiesta 2024 menyediakan 30 lot jualan yang memberi manfaat kepada 17 usahawan. Program ini menyasarkan kehadiran pengunjung seramai 25,000 orang dengan nilai jualan usahawan sebanyak RM500,000 selama tiga hari," menurut FAMA menerusi kenyataan di sini pada Ahad.

Majlis perasmian Agrofiesta 2024 disempurnakan Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan, Datuk Lokman Hakim Ali.

Selain harumanis, program yang berlangsung di AEON Alpha Angle Wangsa Maju selama tiga hari bermula Jumaat itu turut mengetengahkan produk pertanian lain seperti mangga sala, pomelo, nangka madu (J33), jagung manis dan pulasan.

Penganjuran Agrofiesta 2024 yang menyediakan platform pasaran dan promosi kepada produk pertanian tempatan adalah selaras dengan peranan FAMA selaku agensi penerajui utama pemasaran produk agromakanan, selain memperluaskan saiz pasaran bagi memastikan produk pertanian dan IMAT mudah diperoleh.

"Agrofiesta 2024 juga merupakan platform memberi pendedahan kepada usahawan ke arah mempertingkatkan tahap keusahawanan dan daya saing serta menarik minat usahawan muda menceburi bidang pemasaran berasaskan pertanian.

"Walaupun trend usahawan hari ini lebih ke arah pendigitalan, program jualan dan promosi secara fizikal juga tidak dinafikan mampu memberikan impak lebih tinggi," menurut kenyataan itu. – *Bernama*

FOTO: FACEBOOK PROMOSI FAMA



Pengunjung membeli buah mangga harumanis sempena program Agrofiesta 2024 di Kuala Lumpur.

2 MEI 2024 • *MAY 2nd 2024*
Kosmo, Malaysia



MOHD. ANZARA (kanan) menunjukkan kotak jualan mangga harumanis yang laris di sebuah pusat beli-belah di Lembah Klang baru-baru ini.

Sambutan di Lembah Klang amat menggalakkan

FAMA Perlis pasar 94.28 tan harumanis

Oleh SYED AZLAN SAYID HIZAR

KANGAR – Sebanyak 94.28 tan metrik mangga harumanis telah dipasarkan oleh Agensi Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) negeri pada musim tuaian tahun ini.

Pengarah FAMA Perlis, Mohd. Anzara Azizan berkata, jumlah tuaian itu melibatkan 0.74 tan metrik mangga dengan nilai RM15,916.85 yang diberi daripada 14 orang pengusaha harumanis oleh Pusat Operasi FAMA menerusi khidmat pemasaran langsung.

"Menerusi khidmat pemasaran tidak langsung iaitu pengaturan pasaran kepada pelanggan, FAMA berjaya mengatur perniagaan sebanyak 80.5 metrik tan melibatkan 5 pengusaha dengan nilai RM 1.6 juta.

"Bagi pemasaran secara atas talian melalui Agrobazaar Online pula sebanyak 3.04 tan metrik mangga harumanis berjaya dipasarkan dengan nilai RM90,000," katanya kepada *Kosmo!* di sini semalam.

Menurut Mohd. Anzara, sambutan pasaran di Lembah Klang sangat menggalakkan seperti mana Jualan Agro Madani Perlis Kedah Day yang dianjurkan FAMA pada 26 April lalu dan program Agrofiesta 2024 juga pada tarikh sama hingga 28 April di AEON Alpha Angle Wangsa Maju, Kuala Lumpur.

Katanya, sebanyak 10 tan metrik harumanis berjaya dipasarkan pada kedua-dua program ini dan nilai jualan yang dicatatkan oleh usahawan negeri Perlis untuk kedua-dua program ini ialah sebanyak RM210,000.

"Selain jualan segar, FAMA Perlis memfokuskan pemasaran produk industri makanan asas tani berasaskan harumanis dengan sebanyak enam produk diperkenalkan semasa program tersebut.

"Antara produk hiliran berasaskan mangga tersebut adalah aiskrim, jus, jem, *marmalade* pulut dan kordial harumanis," tambahnya.

3 MEI 2024 • *MAY 3rd 2024*
Kosmo, Malaysia

Seramai 48 usahawan telah berjaya dilahirkan melalui program RPKP

FAMA sasar 100 usahawan pemasar



ABD. RAHMAN (dua dari kanan) menyerahkan bantuan geran permiagaan kepada salah seorang usahawan pemasar pada majlis Aidilfitri FAMA Terengganu di Kuala Terengganu semalam.

Oleh KAMALIZA KAMARUDDIN

KUALA TERENGGANU – Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) menyasar melahirkan 100 usahawan pemasar bagi program Rakan Pemasar Kontrak Pemasaran (RPKP) menjelang akhir tahun ini.

Timbalan Ketua Pengarah (Operasi) FAMA, Abd. Rahman Mahmood berkata, setakat ini, seramai 48 usahawan pemasar telah berjaya dilahirkan di seluruh negara sejak program tersebut diperkenal dua tahun lalu.

"Kesemua usahawan pemasar itu mendapat bekalan daripada 480 pengeluar pelbagai jenis tanaman di seluruh negara.

"Inisiatif dilaksanakan FAMA ini bagi meningkatkan jaringan pengedaran dan daya saing yang sihat dalam pasaran sekali gus membantu usahawan menambah pendapatan," katanya pada majlis sambutan Aidilfitri anjuran FAMA Terengganu di sini semalam.

Abd. Rahman berkata, program RPKP bertujuan memastikan hasil pengeluaran peserta ladang kontrak dapat dipasarkan mengikut gred secara berjadual dan berterusan.

Tambah beliau, ia memastikan bekalan sayur-sayuran dan buah-buahan tempatan diterima secara terus kepada, pengguna dan tiada orang tengah.

"Sehubungan itu, FAMA menjalinkan kerjasama 2,700 peserta Ladang Kontrak di seluruh negara bagi menjayakan program RPKP ini," katanya.

Dalam perkembangan berkaitan, Abd. Rahman berkata, seramai 26 usahawan Terengganu menerima bantuan geran perniagaan bernilai keseluruhan RM298,000.

Tambah beliau, dua usahawan Agrobazaar menerima geran keseluruhan RM80,000, manakala empat lagi masing-masing mendapat bantuan geran K-Shoppe sebanyak RM20,000.

"Bantuan lain yang diberi ialah geran Program Khidmat Industri Berkepakaran, Geran Agropreneur Muda dan Geran Rakan Pemasar Kontrak Pemasaran," kata beliau.

3 MEI 2024 • *MAY 3rd 2024*
Kosmo, Malaysia

Pasar Tani Selalang berkonsep mudah alih

EARL ANEK

SARIKEI: Pasar Tani Selalang yang baharu diwujudkan adalah berkonsepkan mudah alih seperti pasar tani-pasar tani sedia ada.

Pengarah Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Sarawak, Ramli Mat Sani berkata, khemah-khemah di pasar tani dipasang dan kemudiannya ditutup setelah habis waktu perniagaan.

"Syukur, dengan kerjasama Majlis Daerah Sarikei (MDS), Ahli Dewan Undangan Negeri (ADUN) Kuala Rajang, Datuk Len Talif Salleh dan Ahli Parlimen Tanjong Manis, Ir. Yusuf Abd Wahab kerana memberi kebenaran kepada FAMA untuk mewujudkan sebuah pasar tani baharu di Daerah Sarikei iaitu di Kampung Selalang bagi membantu golongan petani dan peniaga.

"Itulah hasrat kita untuk membantu peniaga dan petani memasarkan produk-produk mereka ke pasaran," katanya.

Beliau berkata demikian ketika merasmikan ucapan di majlis perasmian Pasar Tani Selalang, kelmarin.

Katanya, FAMA mewujudkan pasar tani untuk para peniaga menjalankan perniagaan mereka (SOP) yang patut kepada mereka kerana kita nak kekalkan pasar tani secara konsisten, teratur, menjaga kebersihan dan secara beruniform.

"Itulah konsep pasar tani yang kita wujudkan," katanya.

Tambahnya, Pasar Tani Selalang diuruskan oleh FAMA Bahagian Sarikei dan ahli jawatankuasanya diterajui dengan kerjasama MDS, wakil ketua kampung dan penghulu kawasan tersebut.

"Seramai 17 peserta (peniaga) akan berniaga di Pasar Tani Selalang yang akan menjual pelbagai jenis komoditi barangan seperti sayur-sayuran, buah-buahan, industri asas tani, makanan dan minuman, ikan, produk runcit serta pelbagai jenis barangan.



UCAPAN... Pengarah FAMA Sarawak, Ramli Mat Sani berucap pada majlis perasmian Pasar Tani Selalang, kelmarin.

PASAR TANI SELALANG... Antara peniaga yang menjalankan perniagaan di Pasar Tani Selalang.

"Pihak FAMA berharap masyarakat setempat akan memberikan sokongan kepada kewujudan Pasar Tani Selalang dengan sambutan luar jangka," katanya lagi.

6 MEI 2024 • *MAY 6th 2024*
Utusan Sarawak, Malaysia

Naik taraf Pasar Tamu Sarikei siap September

SARIKEI: Proses menaik taraf Pasar Tamu Sarikei dijangka siap sepenuhnya pada September ini.

Menurut Pengarah Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Sarawak, Ramli Mat Sani, projek naik taraf tersebut bernilai sekitar RM1 juta.

"Projek yang dilaksanakan di bawah Rancangan Malaysia Ke-12 (RMK-12) ini telah dilancarkan sebelum Ramadan lalu dan diserahkan kepada pihak kontraktor dan kini dalam proses pembangunan.

"Ia dijangka disiapkan pada September ini. Dari segi perkembangannya, jika dilihat di tapak projek, mereka (kontraktor) telah menanam cerucuk (piling) dan kerja-kerja tanah telah selesai. Cuma ia perlukan struktur bumbung, jadi kerja-kerja struktur bumbung dibuat di dalam kilang.

"Bila dah siap di kilang, ia akan di bawa ke tapak projek dan akan dipasang," katanya ketika ditemui media selepas merasmikan pasar tani Selalang, semalam.

Katanya, pihaknya yakin dan percaya pihak kontraktor yang dilantik adalah kontraktor yang berkaliber.

Tambahnya, setelah siap nanti, sekitar 200 peniaga boleh ditempatkan di pasar tamu berbumbung tersebut.



SIMBOLIK... Ramli Mat Sani merasmikan Pasar Tani Selalang, kelmarin.

12 MEI 2024 • *MAY 12th 2024*
Harian Ekspres (KK), Malaysia

Petani Sabah disaran teroka potensi tanaman limau bali

Marutin Ansiung

TENOM: Sabah merekodkan pengeluaran limau bali sebanyak 134,000 kilogram bernilai RM527,000 setakat 7 Mei lepas, kata Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) Datuk Arthur Joseph Kurup.

Beliau berkata hal itu secara tidak langsung mencerminkan potensi pertanian limau bali yang boleh diterokai oleh petani di Sabah.

"Pada 2023, industri limau bali di Sabah mencatatkan hasil sebanyak 268,000 kilogram bersamaan dengan RM966,000. Sabah merupakan satu daripada pengeluar limau bali utama di Malaysia selain Perak.

"Justeru, bagi mengukuhkan kedudukan Sabah dalam pengeluaran serta pengeksportan limau bali, satu standard atau piawaian dalam kalangan petani dan pengeluar limau bali tempatan harus diwujudkan selaras dengan konsep Pintar yang menjadi hala tuju kementerian tahun ini," katanya.

Arthur yang juga Ahli Parlimen Pensiangan berkata demikian ketika merasmikan Kursus Amalan Pemasaran Baik, Standard Dan Kualiti Buah Limau Bali anjuran Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Fama) Sabah di sini, Khamis.



Arthur menunjukkan buah limau bali selepas merasmikan majlis itu.

Program itu dianjurkan dengan kerjasama Jabatan Pertanian Sabah, Bahagian Kawalan Racun & Perosak Baja, Jabatan Pertanian Malaysia serta Institut Penyelidikan dan Kemajuan Pertanian Malaysia (Mardi) Sabah.

Sehubungan itu, Arthur berpendapat untuk mengukuhkan kedudukan Sabah dalam pengeluaran serta pengeksportan buah limau bali, satu standard atau piawaian dalam kalangan petani dan pengeluar limau bali tempatan harus diwujudkan selaras dengan konsep pintar yang menjadi hala tuju KPKM pada 2024.

Beliau turut menegaskan melalui pengajaran amalan terbaik dalam pemasaran, matlamat penurunan kadar kerosakan lepas tuai dari 30% - 50% kepada kurang daripada 30% sepanjang rantaian bekalan akan dapat dicapai dan seterusnya membantu mengurangkan kerugian hasil pertanian dan menjadikan industri pertanian lebih berkesan dan efisien.

Pada majlis tersebut Arthur turut menyaksikan sesi menandatangi perjanjian 'Forward Agreement' antara Fama Sabah dengan seramai 22 penanam buah limau bali lenom.

Melalui perjanjian ini, Fama Sabah mensasarkan pembekalan buah limau bali sebanyak 10 metrik tan seminggu dan sejumlah 480 metrik tan setahun dengan kenaikan harga awal sebanyak RM3.80 sekilogram berbanding harga semasa RM3.60 sekilogram.

Arthur percaya dengan bimbingan daripada agensi KPKM di Sabah serta dengan sokongan padu Kementerian Pertanian, Perikanan dan Industri Makanan negeri (Maffi), penanam limau bali Tenom akan dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan dan seterusnya menjadikan industri ini sebagai pemangkin untuk meningkatkan sosioekonomi masyarakat di sini.

Hadir sama Ahli Parlimen Tenom Ridzuan Rubin dan Pengarah Fama Sabah, Sarman Sidno.

23 JUN 2024 • *JUNE 23rd 2024*
Daily Express (KK), Malaysia

Fama asked to facilitate durian kampung export to China



NIBONG TEBAL: The Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM) has asked the Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) to hold discussions with durian kampung growers to assist them in exporting fresh durians to China.

Minister Datuk Seri Mohamad Sabu (pic) said KPKM has also requested Fama to act as a facilitator and develop mechanisms to address this issue as it represents an opportunity to expand the business of durian kampung growers.

"Fama needs to sit down and discuss with the durian kampung growers to help market and export their durians to China. Large-scale durian companies in places like Raub and Bentong in Pahang and Gua Musang (Kelantan) are different because they already know the procedures to export.

"For those planting durians in villages who want to market to China but don't know how to send them there, we've asked Fama to facilitate and discuss mechanisms to help them," he told reporters after attending an engagement session with leaders of the Penang Farmers Organisation at Dewan Gerakan Masyarakat Sungai Duri, here, Saturday.

Fresh durians from Malaysia can now be exported to China following the signing of the Protocol of Phytosanitary Requirements for Export of Fresh Durians from Malaysia to China on Wednesday.

Elaborating further, Mohamad said not only durians with high grades or well-known brands will be exported to China, but also various types, including premium durian kampung, due to the widespread demand for durians in that country.

"As long as the customers in China want them, we will send various types durians because some people in China cannot afford the expensive ones and may choose other varieties besides 'Musang King' and 'Black Thorn.'

"In China, a durian can sell for between RM100 and RM150 each, which they consider a normal price. Based on projections, we might be able to export billions of ringgit worth of durians every year from now on," he said.

In 2022, Malaysia's durian exports worldwide reached RM1.14 billion. Overall, durians were the main contributor, accounting for 58.6 percent of the country's total fruit export value of RM2.01 billion in 2022.

China was the primary export market for Malaysian durians, with an export value of RM887 million in 2022. The export value of durians is projected to continue increasing to RM1.8 billion by 2030.

24 JUN 2024 • *JUNE 24th 2024*
New Sarawak Tribune, Malaysia

Fama carnival helps broaden agriculture potential

KUCHING: The Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) held a Mini Carnival for Entrepreneurship in collaboration with Centre for Technology Excellence (Centexs) Lundu.

The two-day event from June 21 featured various activities, including the New Breed Marketing Entrepreneur (NBME) Development Agent Course, Good Marketing Practices for Crystal Fruit Commodities Course, Agro Madani Sales, Fama Service Counters and Agrobazaar Online (ABO).

Fruit Eating Campaign & Agromas Product Promotion, Entrepreneur Product Exhibition, Archery Competition, E-sports Competition (Mobile Legends), Autoshow and Traditional Games.

District Pensanca Aller Maslym Engang said the programme demonstrated the government's commitment to the welfare of the people.

He noted that it aligned with government efforts to increase rural incomes by providing farmers with access and exposure to the importance of agriculture in today's market.

Quality fruit and vegetable production, he added, would broaden market opportunities for farmers.

The Agro Madani Sales, a highlight of the event, received a warm response from the local community.

Consumers purchased selected fresh agricultural products at reasonable prices, including vegetables, fruits, chicken, eggs, meat, and fish.

The NBME Development Agent Course, attended by 200 Centexs trainees, aimed to produce competitive new entrepreneurs in agriculture and the food industry through business strengthening and digital marketing.

It was designed for students and trainees running businesses based on reseller or dropship concepts.

"Through this programme, participants will learn techniques and methods, indirectly turning them into career-ready individuals with income opportunities even before graduation," said Maslym.

"The initiative aims to encourage young people interested in business to seize opportunities, to become future leaders and players in the agricultural marketing industry."

Also present at the ceremony were Fama Sarawak director Rani Mat Sari and head of Centexs Lundu Campus Dr Nor Ashikin Abdul Rahman.

28 JUN 2024 • *JUNE 28 th 2024*
The Star, Malaysia

Digital marketing training for Fama agribusinessmen to move forward



Abdul Rashid (front row, middle) with Nur Azie (on his left), Fama agribusinessmen and TikTok Shop trainers. — Bernama



Abdul Rashid checking out the products by Fama entrepreneurs at the Agromarketing Masterclass Programme: TikTok Shop Edition event.



Irwan Fairuzi showing his business products.

LOCAL agribusinessmen registered with Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) will be taught digital marketing to improve sales performance.

Fama director-general Abdul Rashid Bakri said the agency was committed to helping its members grow in line with global trends.

"We organise such programmes so that Fama entrepreneurs can move forward and be on par with successful businessmen in Asia.

"This new online marketing method needs to be explored by Fama businessmen as it is a growing trend among buyers in this country.

"I hope entrepreneurs can increase their income and customer reach," he told Bernama at the launch ceremony of the "Agromarketing Masterclass Programme: TikTok Shop Edition" in Kuala Lumpur.

Abdul Rashid said the Fama pilot programme with TikTok Shop and City Link Express could train agribusinessmen in marketing products more creatively.

He said the agency planned to hold similar training programmes in the future.

"If this programme is successful and receives good response from our entrepreneurs, we will then hold another programme specifically for marketing through e-commerce," he said.

TikTok Shop strategic partnerships head Nur Azie Abdul Aziz said the collaboration with Fama could help local agribusinesses expand their sales performance and quality of products at the national level.

"So far, we have supported more than 1.3 million entrepreneurs and 80% of them are small and medium enterprises (SMEs).

"TikTok Shop's support aims to increase the competitiveness of local entrepreneurs and make their businesses well-known, thus providing job opportunities, especially in rural areas," she added.

The programme involved 80 registered companies.

Training groups were divided into two, with the second one involving persons with disabilities (PWD).

Trendrife Marketing entrepreneur Irwan Fairuzi Johari, 40, who is a PWD said the Fama programme could help expand his Aeropok and frozen food business.

"There is still a lot I need to know and I'm excited to learn because now everything – from buying spices to soy sauce – is available online.

"So, I also need to learn how to improve marketing and sell courses," said Irwan Fairuzi.

28 JUN 2024 • *JUNE 28th 2024*
Sinar Harian, Malaysia

FAMA Fest pacu pertumbuhan ekonomi



Ketua Pengarah FAMA, Abdul Rashid Bahri (dua dari kiri) menyantuni seorang pengunjung memberi sayur-sayuran menerusi mesin layan diri yang disediakan di tapak FAMA Fest 2024 @ Negeri Sembilan.

Sasar nilai jualan RM7.3 juta, penjimatan hingga 30 peratus

Oleh NORSHAMZURA MAT ZUKI
SHAH ALAM

Inisiatif Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) melancarkan program 'Fruit, Flower & Food Fiesta' (FAMA Fest) telah memacu pertumbuhan ekonomi tempatan dengan meningkatkan pendapatan usahawan.

Mula dilaksanakan sejak 2017, FAMA Fest telah memberikan manfaat kepada pelbagai pihak, khususnya rakyat yang menikmati penjimatan harga sebanyak lima hingga 30 peratus berangan keperluan.

"Program ini telah membantu dalam pemulihan ekonomi setempat dan memberikan impak yang besar menerusi program padanan perniagaan melibatkan ejen-ejen antarabangsa serta tempatan.

"Menerusi padanan dan pengaturan pemagasan, ia membuka peluang kepada usahawan tempatan memasarkan produk mereka ke pasaran yang lebih besar," kata FAMA dalam satu kenyataan.

Pada masa sama, FAMA Fest juga menjadi medan kepada komuniti tempatan bekerjasama mempromosi dan menyokong produk-produk tempatan, sekali gus mencipta identiti unik di kawasan masing-masing.

Berdasarkan sambutan yang positif sejak tiuh tahun pengaturannya, FAMA Fest memperlihatkan keselarian objektifnya yang dirangka khusus untuk mempromosikan produk agromakanan dan industri asas tani tempatan.

"Ia juga mewujudkan rangkaian pemasaran produk agromakanan, sekali gus memberikan manfaat dengan meningkatkan hasil pendapatan golongan sasar melibatkan usahawan, petani, pembuat, pruncit, pemborong dan pengeksport," jelas FAMA lagi.

Kluster dan peluasan program

Meninjau akan prospek dan potensi jualan, FAMA Fest 2024 menampilkan tujuh kluster program yang merangkumi Jualan Agro MADANI (JAM), Industri Makanan Asas Tani (IMAT), Kebuntis dan MyGAP, Coffee Corner (Kopiesatu), Florikultur, Empayar Makanan dan Food Truck.

JAM melibatkan aktiviti jualan produk jualan buah-buahan, sayur-sayuran telur dan Kombo Madani, manakala IMAT melibatkan jualan dalam kalangan usahawan industri asas tani.

Sementara itu, kluster Empayar Makanan dan Jualan Food Truck melibatkan penyertaan jualan oleh pengusaha makanan mengikut cita rasa tarikh mahu pun tradisional.

Selain itu, kluster Florikultur melibatkan jualan pelbagai variasi bunga dan anak pokok, sekali gus menggalakkan orang ramai bercuuk tanam dan menghasilkan sumber makanan sendiri.

Tahun ini FAMA Fest telah dianjurkan di beberapa negeri iaitu di Negeri Sembilan, Perak dan Sarawak.

Malah, pengaturannya akan diperluaskan di Berjaya Mega Mall, Kuantan, Pahang pada 19 hingga 22 Julai ini, diikuti di RTC Kelantan, Kota Bharu (24 hingga 27 Julai), My Town Cheras, Kuala Lumpur (25 hingga 27 Julai) dan di pusat beli-belah ITCC, Perampang, Sabah pada 30 Ogos hingga 1 September ini.

"FAMA menganjurkan nilai jualan RM7.3 juta, melibatkan penyertaan 580 usahawan dengan kehadiran 500,000 pengunjung," jelas FAMA.

FAMA Fest 2024 @ Selangor

Terdekat ini, orang ramai berpeluang mendapatkan pelbagai produk makanan dengan harga menarik semasa penganjuran FAMA Fest 2024 @ Selangor yang akan berlangsung di Tapak Pantai Pusat Membeli-belah AEON Bukit Tinggi, Klang pada 27 hingga 30 Jun ini.

Berlangsung selama empat hari bermula jam 10 pagi hingga 10 malam, FAMA Fest 2024 @ Selangor menampilkan penglibatan 142 usahawan dengan sasaran 50,000 pengunjung dengan nilai jualan sebanyak RM750,000.

Dimeriahkan dengan tujuh kluster program, FAMA Fest 2024 @ Selangor yang akan disemikan oleh Menteri Pertanian dan Ketelajanan Makanan, Datuk Seri Mohamad Sabu pada 29 Jun ini meletakkan empat sasaran penganjurannya iaitu meningkatkan pendapatan usahawan, mempercepatkan pemulihan ekonomi negara, meningkatkan pemahaman serta kesedaran pengguna terhadap produk tempatan dan meningkatkan hubungan di antara komuniti tempatan.

Malah, FAMA Fest 2024 @ Selangor turut menampilkan pelbagai pengisian program menarik antaranya padanan perniagaan (*business matching*), kursus teknologi tanaman rock melon dan pertandingan berkaitan agropreneur muda dan banyak lagi.

Pada 2023, FAMA Fest telah diadakan di tujuh negeri iaitu Perak, Kelantan, Terengganu, Pulau Pinang, Johor, Sabah dan Sarawak melibatkan 532 usahawan, 283,000 pengunjung dan nilai jualan sebanyak RM4.3 juta.

Sejak tahun 2017 hingga 2023, penganjuran FAMA Fest mencatatkan kehadiran 2.19 juta pengunjung dan penyertaan 2,180 usahawan dengan nilai jualan RM24.149 juta.

INFO PROGRAM FAMA FEST 2024 @ SELANGOR

Business Matching (Pengeluar / usahawan berpotensi)
Tarikh: 27 Jun 2024 (Khamis)
Masa: 10 pagi - 5 petang
Ejen: United Kingdom, Hong Kong dan Kemboja
Komoditi: Industri Makanan & Asas Tani (IMAT) Produk Segar
Potensi Jualan: RM3 juta keseluruhan

Kursus teknologi tanaman dan pengendalian komoditi rock melon
Tarikh: 27 Jun 2024 (Khamis)
Masa: 11 pagi - 1 petang
- Sasaran Jumlah Peserta: 100 orang
- Tenaga pengajar menyediakan pakar daripada Jabatan Pertanian

Sanzai Agropreneur Muda 'Tik Tok For Business' oleh Wan Fatin Sufina Wan Ahmad.
Tarikh: 28 Jun 2024 (Jumaat)
Masa: 10 pagi - 12 tengah hari
- Sasaran Jumlah Peserta: 100 orang

Pertandingan Memasak Signature Negeri Selangor 'Nasi Jumbang'
Tarikh: 30 Jun 2024 (Ahad)
Masa: 3 petang - 5 petang
- Sasaran Jumlah Peserta: 10 orang
- Tempat pertama akan membawa pulang RM600 dan akan ditawarkan satu slot Empayar Makanan sempena MAHA 2024

FAMA Fest 2024 @ Selangor Fun Run 5 Kilometer
Tarikh: 30 Jun 2024 (Ahad)
Masa: 6.30 pagi - 11 pagi
- Sasaran Jumlah Peserta: 500 orang

Program-program menarik lain
Pertandingan gubahan buah-buahan
- Kongsi Resiki 'Kenyang Perut Suka Hati'
- Pertandingan rewang kategori kanak-kanak
- Permainan tradisional, kutz dan puzzle
- Pertandingan kupas buah nangka
- Demo masakan menu berasaskan buah-buah tempatan bersama Chef Nasri
- Pertandingan karaoke dan persembahan oleh artis tempatan

29 JUN 2024 • *JUNE 29th 2024*
Kosmo, Malaysia

FAMA sasar jualan RM2 juta di 6 lokasi Karnival Agro Madani



AMINUDDIN (kiri) menyampaikan bakul ramah kepada penerima pada Majlis Pelancaran Karnival Agro Madani di Johor Bahru semalam.

JOHOR BAHRU – Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) menyasarkan nilai jualan mencecah RM2 juta menerusi penganjuran Karnival Agro Madani di enam lokasi.

Pengerusi FAMA, Aminuddin Zulkipli berkata, Karnival Agro Madani di Pasar Tani Kekal (PTK) Datin Halimah, Larkin di sini bermula semalam hingga Ahad akan turut menyumbang kepada sasaran nilai jualan berkenaan.

Katanya, bersempena penganjuran Karnival Agro Madani di PTK Datin Halimah, FAMA menyasarkan kehadiran kira-kira 10,000 pengunjung dengan jangkaan nilai jualan berjumlah RM200,000 sepanjang tiga hari penganjuran program itu.

"Pengunjung yang hadir ke sini boleh mendapatkan produk-produk segar pada harga yang berpatutan dengan tawaran harga jualan sehingga 30 peratus lebih rendah.

"Bersempena penganjuran Karnival Agro Madani ini, kita menawarkan jualan *happy hour* kombo madani, jualan istimewa ayam sepanjang tiga hari karnival), jualan istimewa hasil laut pada harga rendah termasuk ikan siakap RM2 seekor," katanya.

Beliau berkata demikian kepada pemberita selepas merasmikan pelancaran Karnival Agro Madani di PTK Datin Halimah, di sini semalam.

Sebelum ini, FAMA mengadakan Karnival Agro Madani di PTK Seberang Jaya, Pulau Pinang; PTK Chini, Pahang; PTK Chukai, Terengganu dan juga RTC Kelantan.

Karnival Agro Madani seterusnya akan diadakan di lokasi terakhir di PTK Changlun, Kedah pada 25 hingga 27 Julai ini.

Menurut Aminuddin, sambutan penganjuran karnival tersebut amat menggalakkan setelah mendapat kerjasama daripada para pengusaha yang menawarkan harga rendah tanpa bantuan pemberian subsidi.

14 JULAI 2024 • *JULY 14th 2024*
Sinar Harian, Malaysia

Malaysia Fest 2024: FAMA perkenal buah eksotik Borneo

Tawar pelbagai produk pertanian Malaysia, FAMA sasar nilai jualan RM12 juta

Oleh IZWAN ROZLIN
SHAH ALAM

Peminat tegar buah-buahan dan sayur-sayuran tempatan di pasaran Singapura mendorong Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) membuat fokus khas kepada produk berkenaan pada Expo Malaysia Fest 2024 yang diadakan pada 25 hingga 28 Julai ini.

Ketua Pengarahnya, Abdul Rashid Bahari berkata, nilai eksport di negara berkenaan menunjukkan peningkatan ketara pada tahun lalu, apabila masing-masing mencecah RM590 juta dan RM761 juta bagi kategori buah dan sayur-sayuran segar.

"Lima jenis buah-buahan yang mendapat eksport tertinggi adalah tembikai, durian, pisang, kelapa, mangga dan nanas.

"Sayur-sayuran pula adalah tomato, saladi, cendawan, timun, jagung manis dan terung," katanya kepada *Sinar Harian* baru-baru ini.

Beliau berkata, pada Expo Malaysia Fest 2024 yang berlangsung di Singapore Expo Hall 5A, SB tahun ini, FAMA akan membawa masuk 3,000 papan petai termasuk memperkenalkan buah-buahan tempatan yang hanya boleh didapati di Sabah dan Sarawak.

"Kebanyakan buah-buahan ini adalah kategori eksotik Borneo yang mendapat permintaan tinggi pengguna di Singapura termasuklah buah longan kista, tarap, rambangan, dikampng buah nadir seperti rambai, langsat, sentul dan remnia," katanya.

Selain itu Abdul Rashid berkata, FAMA juga menyasarkan akan membawa masuk 20 metrik tan buah-buahan bermusim seperti sempedak king, durian, nangka, rambutan dan lain-lain lagi.

"Kita berharap pada edisi ke-7 penganjurannya kali ini, kita mencapai sasaran jualan keseluruhan sebanyak RM12 juta," ujarnya.

Untuk rekod hasil jualan usahawan bimbingan FAMA semasa edisi ke-6 ekspo berkenaan pada 2023 mencecah RM1.2 juta, peningkatan 100 peratus berbanding RM525,000 pada kali pertama penganjurannya pada 2016.

Bertemakan *Explore the Gems of Malaysia*, seramai 302 peserta terdiri daripada usahawan dan syarikat telah mengesahkan akan menyertai Program anjuran MegaXpress International Pte. Ltd (MegaXpress International) dengan kerjasama Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) menerusi FAMA.

Ia berkonsepkan pameran perdagangan dan pengguna yang ditujukan untuk mempromosi produk keluaran Malaysia seperti produk agromakanan, pakej pelancongan, produk kesihatan, fesyen, produk kecantikan dan makanan untuk negeri-negeri di Malaysia.

"Edisi kali ini, FAMA menguruskan 75 reruai melibatkan negeri Selangor, Pulau Pinang, Perak, Terengganu dan dua agensi kerajaan iaitu Tourism Malaysia dan Pihak Berkuasa Pelaksanaan Koridor Utara (NCIA)," katanya.

Tingkat nilai eksport

Menurut Abdul Rashid, objektif utama penyertaan ekspo itu untuk memperkukuh dan memperluaskan pasaran produk keluaran Malaysia ke Singapura bagi meningkatkan nilai eksport usahawan bimbingan FAMA kerajaan negeri, kementerian dan agensi yang mengambil bahagian.

Abdul Rashid berkata, ekspo itu menyediakan *platform* kepada usahawan Malaysia untuk mempromosi, memperkenal serta menjual produk keluaran mereka kepada pengguna di Singapura.

"Usahawan Malaysia juga berpeluang untuk membina jaringan perniagaan serta mencari pengimport berpotensi bagi mengembangkan pasaran ke Singapura.

"Peserta juga boleh membuat penyelidikan berkenaan kebolehi pasaran dan tahap saingan produk keluaran usahawan Malaysia. Mereka juga boleh mengenal pasti penambahbaikan yang perlu dilakukan untuk memenuhi syarat dan kualiti yang perlu dipatuhi pihak berkuasa Singapura," katanya.

Malah ekspo itu juga menjadi medan kepada usahawan perusahaan kecil dan sederhana (PKS) mendapatkan maklumat mengenai bidang eksport antaranya pengurusan logistik, penyediaan dokumentasi dan mengenali maklum balas pengguna.

"Daya tarikan terbaharu dalam ekspo ini ialah produk tempatan yang dibawa khas dari Perlis, Selangor, Johor, Perak, Pulau Pinang dan Terengganu.

"Sebagai contoh Perlis akan memperkenalkan aiskrim harumanis, Selangor dengan anek cendawan rangup dan Pulau Pinang yang terkenal dengan Jeruk Madu Pak Ali," katanya.

Perkenal bayaran tanpa tunai

Abdul Rashid berkata, pada ekspo kali ini juga FAMA turut bekerjasama dengan Payments Network Malaysia Sdn Bhd (PayNet) untuk memperkenal sistem bayaran tanpa tunai menerusi pemindahan DuitNow kepada pelanggan.

"Pengunjung yang menggunakan sistem bayaran tanpa tunai layak menyertai cabutan bertuah. Mereka hanya perlu membuat pembelian bernilai serendah SGD20 dengan mengimbas QR Code DuitNow untuk mendapatkan kupon cabutan bertuah," katanya.

Jelas Abdul Rashid, cabutan bertuah itu menawarkan hadiah seperti wang tunai, pakej percutian ke Malaysia dan barangan elektronik dengan nilai keseluruhan sebanyak SGD10,000 (tertakluk kepada terma dan syarat).

Pihaknya menjangkakan lebih 130,000 pengunjung akan hadir dan berbelanja pada ekspo berkenaan yang sememangnya dinantikan oleh penduduk negara itu.

"Produk makanan dari Malaysia menjadi pilihan utama rakyat Singapura. Ia menyebabkan Expo Malaysia Fest 2024 ini sudah memasuki tahun ke tujuh penganjurannya," kata Abdul Rashid.

Reruai Ekspo Malaysia Fest 2024

- Selangor
  - Snek cendawan rangup (*crispy mushroom snack*).
  - Aneka kerepek ikan dan kerepek.
  - Minuman probiotik.
  - Minuman sarang burung.
- Johor
  - Kuih bakar pelbagai perisa.
  - Lemang berinti.
  - Aneka perisa popcorn viral.
  - Corn dog sejuk beku.
  - Fesyen dan kecantikan.
- Perak
  - Aneka snek.
  - Makanan tradisional.
  - Produk viral.
- Pulau pinang
  - Aneka pedak agromakanan panama Seri Pinang.
  - Aneka jenis acar seperti ikan tiang, buah dan nanas.
  - Jeruk Madu Pak Ali.
  - Kopi pra campur.
- Perlis
  - Aiskrim harumanis.
  - Aiskrim durian.
- Terengganu
  - Kerepek ekor gamu.

Pembahagian reruai mengikut kategori

Pavilion Negeri	66
Fuels Empire	8
Selebriti Corner	13
Percutian Pasoh	32
Fesyen & kecantikan	15
Kenders saja (Food Truck)	8
Empayar Makanan	120
Jumlah	302


Dari kiri: Pengerah Urusan MegaXpress International, Hamzah Abdullah; PesuruhjayaTinggi Malaysia ke Singapura, Datuk Dr Azlar Mohamad Mustafar dan Pengarah FAMA, Aminuddin Zulkipli bergambar bersama buah-buahan yang bakal ditampilkan di Expo Malaysia Fest 2024.


Kementerian pengangkutan Expo Malaysia Fest yang diadakan di Singapura yang sebelum ini membenarkangkan dan pendudukan tempatan.

15 JULAI 2024 • *JULY 15th 2024*
Utusan Sarawak, Malaysia



RAKAM KENANGAN... Datuk Seri Mohamad Sabu bergambar bersama yang lain pada Majlis Penyerahan Pasar Tamu Telupid kepada Majlis Daerah Telupid Sempena Road To MAHA 2024 @ Sabah, semalam. • Foto FB

Transformasikan pasar tamu tanpa hilangkan identiti

TELUPID: Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan menerusi Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) terus bekerjasama dengan pihak berkuasa tempatan dalam usaha mentransformasikan operasi pasar tamu tanpa menghilangkan identiti keunikannya.

Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan Datuk Seri Mohamad Sabu berkata, pasar tamu diadakan secara mingguan di Sabah serta Sarawak bagi menjual barangan tani, dan meskipun pasar itu dinaik taraf ia masih mengekalkan budaya setempat sekali gus mempromosikan produk usahawan tempatan.

Beliau berkata, FAMA telah menaik taraf enam pasar tamu sedia ada antaranya Pasar Tamu Sook Keningau pada 2017, Pasar Tamu Dataran Tomborungus di Kudat (2019), Pasar Tamu Kunak (2020), Pasar Tamu Beluran (2021), Pasar Tamu Tuaran (2023), dan terbaru Pasar Tamu Telupid.

"Setakat tahun lepas FAMA telah membelanjakan RM5.36 juta bagi usaha menaik taraf pasar tamu itu dan terdapat 41 tapak pasar tamu sedia ada yang akan dinaik taraf bermula tahun ini dengan kos RM10 juta," katanya.

Beliau berkata demikian ketika berucap merasmikan Majlis Penyerahan Pasar Tamu Telupid kepada Majlis Daerah Telupid Sempena Road To MAHA 2024 @ Sabah di sini, semalam.

Mohamad berkata, operasi pasar tamu masih sepenuhnya di bawah kendalian pihak berkuasa tempatan.

Berkaitan projek naik taraf Pasar Tamu Telupid itu, katanya pembinaannya bermula pada 20 Mac tahun lepas serta siap pada 18 Mac tahun ini dengan kos RM652,000 sekali gus memanfaatkan 100 usahawan untuk menjalankan perniagaan di pasar itu. - Bernama

27 JULAI 2024 • *JULY 27th 2024*
Sinar Harian, Malaysia

Rebut peluang daftar Agrobazaar Online

SHAH ALAM • Usahawan digesa merebut peluang mendaftarkan pemiagaan mereka di platform Agrobazaar Online bagi memasarkan produk dengan lebih meluas.

Pembantu Ehwal Ekonomi Kanan, Unit Regulatori Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Selangor, Mohd Iszuddin Ismail berkata, pendaftaran tersebut boleh dibuat di rerusi agensi itu sempena Karnival Rakyat Karangkraf.

"Mana-mana usahawan tempatan di Selangor, boleh datang untuk daftarkan diri bagi memasarkan produk mereka di Agrobazaar Online di sini," katanya ketika ditemui pemberita pada Jumaat.

Menerusi karnival yang berlangsung selama tiga hari itu, ujarnya, FAMA akan menyediakan kaunter ajar kepada usahawan yang berminat.

"Pelanggan FAMA akan menarik kehadiran usahawan bermula jam 10 pagi sehingga 7 malam setiap hari sepanjang karnival berlangsung," jelasnya.

Tambah Mohd Iszuddin, FAMA Selangor menyasarkan sekurang 500 pendaftaran usahawan di platform Agrobazaar selama tiga hari karnival.

"Setakat ini semasuk 800 usahawan yang terdiri daripada pelbagai sektor pertanian memasarkan produk mereka di Agrobazaar Online," katanya.

Agrobazaar Online merupakan satu program di bawah Strategi Lautan Biru Kebangsaan (NBOS) atau infrastruktur e-Dagang (e-Commerce) yang menjadi milik Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM) dan diuruskan oleh FAMA.

Ia diancarkan secara rasmi oleh Perdana Menteri pada 5 Disember 2015 di Dataran Merdeka bersempena sambutan 50 tahun penubuhan FAMA.

Menurutnya, rerusi FAMA turut menyediakan pameran peraturan gred, pembungkusan dan label produk (GPL).

"Pengunjung akan diberi pendedahan mengenai cara tepat mengenai gred produk, pembungkusan dan label. Di sini kami akan berikan kesultan kepada usahawan mengenainya," ujarnya.

Tambahnya, GPL amat penting untuk menjamin kualiti produk yang dipasarkan.

"Contohnya jika ada kes kecacuan, FAMA boleh mengesan punca yang merusi GPL, namun setakat ini belum ada sebarang kes dilaporkan," katanya.

Peraturan-Peraturan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Penggredan, Pembungkusan dan Pelabelan Keluaran Pertanian) yang juga dikenali sebagai Peraturan 3P telah pun diwartakan pada 18 Ogos 2006.

Peraturan ini telah digubal berdasarkan Seksyen 3(2) (c) Akta 141 yang menjelaskan kuasa FAMA untuk melaksanakan aktiviti penggredan, pembungkusan dan pelabelan keluaran pertanian.


MOHD ISZUDDIN


Rerusi FAMA di Karnival Rakyat Karangkraf turut mendapat perhatian golongan muda.

28 JULAI 2024 • *JULY 28th 2024*
The Sunday Post (Kuching), Malaysia

Fama's Agromarketing Masterclass: TikTok Shop Edition helps boost entrepreneurs' income

KUALA LUMPUR: The Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) recently formed a strategic partnership with TikTok Shop to host the 'Agromarketing Masterclass: TikTok Shop Edition' programme, aimed at boosting the knowledge and income of Fama entrepreneurs.

The pilot programme recorded the participation of 80 Fama-registered companies across Malaysia, including 12 entrepreneurs from the disabled community, who were involved in producing fresh and processed agro-food products.

According to Fama, the programme was conducted in two sessions, with the first featuring

40 companies at the Seri Pacific Hotel from June 7 to 9; and the second involving another 40 companies at Komune Living and Wellness from July 5 to 7.

"For the first group, 175 stock keeping units (SKUs) of fresh and processed agro-food products were featured on the TikTok shop app and participants learned marketing techniques on TikTok Shop and delivery methods using City-Link Express.

The cumulative sales from the sessions were RM12,657.15, while the total sales value up until June 30 was RM340,562.06," said Fama.

The second group had 250 SKUs of fresh and processed

food products listed on the TikTok Shop app, and Unifi was involved by providing internet access to participants in their respective locations.

The 'wow factor' of the programme was the live-sharing sessions on TikTok Shop, where agro-entrepreneurs, including those involved in crop production and livestock sector, got to showcase their products – thereby attracting consumer interest.

Through this collaboration, Fama aimed to boost the farmers' income by 50 per cent, increase the demand for agro-food products, such as vegetables, flowers, and fruits. — Bernama


Fama says the 'wow factor' of the programme is the live-sharing sessions on TikTok Shop, where the entrepreneurs get to showcase their products; thereby, attracting consumer interest. — Bernama photo

6 JULAI 2024 • *JULY 6 2024*
Sinar Harian, Malaysia

NAFAS jalin kerjasama, bekal ayam proses kepada FAMA

SUNGAI BAKAP - NAFAS Food Processing and Marketing Sdn Bhd (NFPMSB) menyasarkan untuk membekalkan 50 tan metrik ayam proses kepada Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Pulau Pinang bagi tempoh setahun.

Pengurus Besar Pertubuhan Pelobtang Kebangsaan (NAFAS), Muhammad Faris Ariffin berkata, ia bagi menampung aktiviti jualan ayam proses kepada penduduk di sekitar Pulau Pinang dengan harga lebih rendah dari pasaran.

Menurutnya, sebagai permulaan, NFPMSB akan membekalkan sebanyak dua tan metrik ayam proses sebulan dan akan meningkat mengikut pasaran semasa.

"Seperti yang diberitahu, FAMA masih lagi dalam proses mengenal pasti kuantiti jualan dari semasa ke semasa bergantung permintaan pasaran," katanya kepada *Sinar Harian*.

Beliau hadir menyaksikan pemeteraian Memorandum Persefahaman (MoU) antara NFPMSB dan FAMA di Jualan Agro Madani, di sini pada Khamis.

MoU itu ditandatangani Ketua Pegawai Eksekutif NFPMSB, Zamani Salim dan Pengarah FAMA Pulau Pinang, Mohd Hafiz Nurulhucia.

Hadir sama menyaksikan MoU itu termasuk Pengerusi Jemaah Pengarah NAFAS, Datuk Zamri Yaakob, Pengerusi Lembaga Pertubuhan Pelobtang, Datuk Mahfuz Omar, Pengerusi FAMA, Aminuddin Zulkipli dan Pengarah Kanan Bahagian Pemasaran Segar FAMA, Shahrizan Sudirman.

Menurut Muhammad Faris, kerjasama antara kedua-duanya telah bermula sejak 2023 namun dengan termeterainya MoU dapat menjalin kerjasama lebih erat dengan FAMA.

NFPMSB sasar membekalkan 50 tan metrik ayam proses kepada FAMA Pulau Pinang dalam usaha memberi manfaat kepada lebih ramai masyarakat setempat.

"Di samping membantu penduduk Pulau Pinang mendapatkan bekalan ayam dengan harga lebih rendah di pasaran, kami juga ingin membantu FAMA dari segi sumber ayam dengan harga berpatutan.Ia membolehkan harga ayam yang ditanggung agensi kerajaan dapat dikurangkan."

Di samping membantu penduduk Pulau Pinang mendapatkan bekalan ayam dengan harga lebih rendah di pasaran, kami juga ingin membantu FAMA dari segi sumber ayam dengan harga berpatutan.Ia membolehkan harga ayam yang ditanggung agensi kerajaan dapat dikurangkan," kata Sementara itu, pada Program Jualan Agro Madani Sungai Bakap, NAFAS turut menawarkan jualan ayam dengan harga serendah RM5 bagi seekor ayam bulat. Pelbagai jualan produk jerama. Peladang turut ditawarkan dengan harga menarik.


MUHAMMAD FARIS


MoU tersebut bertujuan menjalinkan kerjasama lebih erat antara NFPMSB dan FAMA.

1 OGOS 2024 • *AUGUST 20th 2024*
Utusan Borneo Sabah, Malaysia

FAMA anjur kursus tingkat daya saing AI

KUALA LUMPUR: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) menganjurkan kursus bagi mempertingkatkan kemahiran usahawan dalam penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI), memperkasakan usahawan dalam meningkatkan jualan dan daya saing produk agromakanan di pasaran.

FAMA dalam kenyataan semalam memaklumkan Kursus Upskilling Kaedah Teori dan Praktikal Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) Untuk Penjenamaan dan Peningkatan Jualan Produk Agromakanan itu berlangsung selama dua hari bermula 27 Julai lepas di Ibu Pejabat FAMA, Bandar Baru Selayang.

Kursus itu disertai 25 syarikat, terdiri daripada usahawan berdaftar FAMA yang menghasilkan produk agromakanan.

Pengarah Kanan Bahagian Pembangunan Modal Insan FAMA Siti Nurul Haida Ibrahim dalam kenyataan sama berkata penganjuran kursus itu adalah langkah proaktif FAMA dalam memperkasakan usahawan agromakanan dengan kemahiran dan pengetahuan teknologi terkini. — Bernama

19 OGOS 2024 • *AUGUST 19th 2024*
Kosmo, Malaysia

Ramai pelanggan kini beralih kepada bayaran secara cashless

Lebih 2 juta transaksi tanpa tunai di outlet FAMA

Oleh MOHAMAD NAUFAL MOHAMAD IDRIS

SHAH ALAM – Lebih 2.06 juta transaksi pembelian barangan tanpa tunai direkodkan di tapak perniagaan kelolaan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) setakat Jun lalu.

Pengarah Kanan Pembangunan Institusi Pemasaran FAMA, Isa Hamzah berkata, jumlah itu memberangsangkan kerana melepasi sasaran yang ditetapkan di bawah program Go-Cashless yang bermula Oktober tahun lalu iaitu sebanyak sejuta transaksi sehingga Disember ini.

"Jumlah sasaran ini dicapai kerana majoriti rakyat Malaysia kini lebih suka membeli barang tanpa tunai.

"Melihat situasi itu, kami menjangkakan jumlah transaksi tanpa tunai akan mencecah empat juta hujung tahun ini," katanya selepas menghadiri program Go-Cashless Pasar Tani Negeri Selangor di Pasar Tani Stadium Shah Alam, di sini semalam.

Menurut Isa, transaksi tanpa tunai paling tinggi dicatatkan pada Julai tahun lalu iaitu sebanyak 61,106 transaksi di Pasar Tani Putrajaya.

Sebubungan itu, jelas beliau, FAMA akan terus mempromosikan program Go Cashless agar lebih banyak urusan jual beli tanpa tunai dapat dicatatkan seiring dengan peredaran masa.

"Setakat ini, 50 peratus daripada 10,000 peniaga Agrobazaar Kedai Rakyat (AKR), AgroBazaar Rakyat (ABR), pasar tani kekal dan pasar tani yang menawarkan pembelian produk mereka menggunakan kod QR.

"Ada sebahagian peniaga yang masih selesa menjalankan urus niaga secara tunai kerana mahu wang tunai dalam tangan.

"FAMA menghormati cara mereka berurus niaga dan tidak akan memaksa mereka menukar berurus niaga. Kami hanya menggalakkan mereka menggunakan kod QR yang disediakan oleh FAMA," ujarnya.



ISA (dua dari kiri) melihat seorang pengunjung membuat bayaran menggunakan kod QR di Pasar Tani Stadium Shah Alam di Seksyen 13, Shah Alam semalam.

20 OGOS 2024 • *AUGUST 20th 2024*
The Sun, Malaysia

Special children get local fruit tasting treat

KOTA BHARU: The Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) is giving special children new experiences by introducing them to local fruits through interactive programmes, such as tasting tests and puzzles.

Its director, Wan Faziatul Aniza Ismayatim, said the programme was held for the first time for children and adults at special education centres.

"Every year, Fama would hold a series of campaigns involving ordinary students.

"However, we are now giving special children the opportunity to have the same experience," she said at the *Kempen Makan Buah-Buahan Tempatan Pupuk Semarak Jiwa Merdeka Anak Istimewa* at Bizara Educare Centre here on Sunday.

The event was attended by the centre's founder Wan Zakaria Wan Abu Bakar as well as 60 students with disability.

Wan Faziatul said the programme aims to educate these children on the nutritious value of local fruits, as well as encourage daily consumption of these fruits.

She added that activities such as "Flying the *Jalur Gemilang*" and special performances by children with disability were also held.

On the Kelantan fruit market, she said it is expected that there would be no fruit dumping this year due to farmers applying production methods in stages according to their respective states, Bernama reported.

"The expectation is also based on the current local fruit prices which have remained stable".

She added that Kelantan is expected to produce 2,307 tonnes of local fruits from July to early September this year compared with 9,119 tonnes for the July-October period last year.

20 OGOS 2024 • *AUGUST 20th 2024*
Utusan Malaysia, Malaysia

Tiada lambakan buah-buahan tempatan di Kelantan - FAMA

KOTA BHARU: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Kelantan mengesahkan tiada berlaku lambakan buah-buahan tempatan di negeri ini.

Pengarahnya, Wan Faizatul Aniza Ismayatim berkata, hal ini kerana pengeluaran buah-buahan berlaku secara berperingkat atau bermusim.

"Kita (FAMA) memberi jaminan kepada pengusaha atau pengeluar buah-buahan mereka masih mampu menjual hasil tanaman pada harga yang munasabah.

"Setakat ini, tiada lambakan buah-buahan tempatan berlaku seperti tahun sebelumnya," katanya kepada *Utusan Malaysia* di sini kelmarin.

Mengulas lanjut, Wan Faizatul Aniza memberitahu, petani di negeri ini sudah bijak dalam mengeluarkan hasil tanaman dengan mengikut musim dan keperluan pada setiap tahun.

Ujarnya, pengeluaran buah-buahan utama di Kelantan sebanyak 2,307 metrik tan bermula Januari hingga hari ini.

"Sepanjang tahun lalu, pengeluaran buah-buahan seperti durian kampung, rambutan dan manggis sebanyak 9,119.35 metrik tan," katanya.



WAN FAIZATUL ANIZA ISMAYATIM

30 OGOS 2024 • *AUGUST 30th 2024*
Utusan Malaysia, Malaysia



ARTHUR Joseph Kurup (dua, kanan) melawat gerai Karnival di Jualan Agro Madani Mega Negeri Terengganu 2024 di Gong Badak, Kuala Nerus, semalam. - UTUSAN/PUQTRA HAIRRY ROSLI

FAMA sasar jualan RM5 juta pada MAHA September 2024

KUALA NERUS: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) menyasarkan jumlah keseluruhan jualan sebanyak RM5 juta pada Pameran Pertanian, Hortikultur dan Agro Pelancongan Malaysia (MAHA) 2024 pada 11 hingga 22 September ini.

Ketua Pengarahnya, Abdul Rashid Bahri berkata, jumlah sasaran jualan itu meningkat berbanding RM4 juta pada penganjuran dua tahun lalu di Taman Ekspo Pertanian Malaysia (Maeps), Serdang, Selangor.

Menurutnya, hasil jualan itu mampu dicapai daripada lima kluster yang akan ditampilkan FAMA iaitu *Kingdom of Agro Food, Food Empire & Food Viral, Rhythm of Farmers*.

Katanya, antara tarikan utama pengunjung ialah jualan 1,000 menu viral dari seluruh negara.

"Kita juga ada satu gimik menara buah yang diperbuat daripada limau bali dan nangka berbentuk seperti menara berkembar yang akan dimasukkan dalam Malaysia Book of Records sebagai menara buah tertinggi di Malaysia," katanya selepas majlis perasmian Karnival Jualan Agro Madani Mega Negeri Terengganu 2024 di Gong Badak, di sini, semalam.

Karnival tersebut dirasmikan oleh Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan,

4 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 4 2024*
Utusan Borneo Sarawak, Malaysia

FAMA Fest beri impak besar kepada ekonomi tempatan

KUALA LUMPUR: Penganjuran program FAMA Fest oleh Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) memberi impak besar kepada ekonomi tempatan, sekali gus meningkatkan pendapatan usahawan.

Sejak penubuhannya pada tahun 2017, FAMA Fest telah menjadi sumber manfaat yang besar untuk pelbagai pihak, terutamanya mereka yang telah memikmati penjimatan ketara bagi barangan keperluan.

Dalam tempoh enam tahun, FAMA Fest menarik 2.2 juta pengunjung yang mengagumkan dan menjadi tuan rumah kepada 2,180 usahawan yang secara kolektif menjana jualan bernilai RM24 juta.

Timbalan Menteri Pertanian dan Keselamatan Makanan Datuk Arthur Joseph Kurup menekankan kepentingan program yang menyediakan platform kepada usahawan FAMA memamerkan pelbagai produk dan perkhidmatan pertanian termasuk keunikan makanan tradisional yang digemari di negara ini.

Pada masa sama, FAMA Fest berfungsi sebagai platform untuk komuniti tempatan bekerjasama dalam memupromosi dan menyokong produk tempatan, seterusnya mewujudkan identiti unik dalam wilayah masing-masing.

"Program FAMA Fest 2024 @ Sabah yang diadakan selama empat hari telah memberi peluang berharga kepada 443 usahawan. Dengan sasaran jualan RM250,000 dan seramai 20,000 pengunjung, ia telah berjaya dilaksanakan," katanya pada Majlis Penutupan FAMA Fest 2024 @ Sabah di Bangunan Arked Keningau, Pasar Tani Keningau Kekal, Sabah, kelmarin.

Menurutnya, beberapa siri lapan acara FAMA Fest telah berlangsung tahun ini, bermula di Perak dan diteruskan di Sarawak, Negeri Sembilan, Selangor, Pahang, Kelantan, Kuala Lumpur, dan kini di Sabah.

Program FAMA Fest 2024, yang telah berjaya dilaksanakan di tujuh negeri, mendapat sambutan hangat dalam kalangan 459,417 pengunjung. Selain itu, ia terbukti sangat bermanfaat untuk 808 usahawan, menghasilkan nilai jualan RM8,415,438.84.

Pada masa ini, orang ramai boleh menikmati pelbagai jenis produk makanan pada harga diskaun di FAMA Fest 2024 @ Sabah. Majlis tersebut diadakan di Bangunan Arked Keningau, Pasar Tani Keningau Kekal, Sabah dari 29 Ogos hingga 1 September.

Menampilkan rangkaian 445 lot jualan yang mengagumkan merentasi sembilan segmen berbeza, termasuk Jualan Agro MADANI, jualan produk Industri Makanan Pertanian dan banyak lagi. FAMA Fest 2024 @ Sabah bakal menjadi acara yang menggembirakan dengan pelbagai program yang menawan hati.

23 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 23rd 2024*
Kosmo, Malaysia



ZAIMI

MAHA 2024 platform perkenal kacang bulu

SEJAK mula diadakan seabad lalu, Pameran Pertanian, Hortikultur dan Agro Pelancongan Malaysia (MAHA) menjadi medan untuk petani memperkenalkan dan memperluaskan jaringan mereka.

Malah di MAHA, pelbagai tanaman serta produk pertanian terkini sering diperkenalkan kepada pengunjung.

Pada MAHA 2024, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Daerah Besut, Terengganu mengambil peluang memperkenalkan tanaman kacang bulu.

Pegawainya, Muhammad Zaimi Zakaria berkata, kacang bulu atau juga dikenali sebagai *edamame* merupakan tumbuhan liar dan kurang dikenali di Malaysia, tetapi mempunyai sumber protein yang baik.

"MAHA ini menjadi platform untuk kita memperkenalkan kacang bulu kepada pengunjung.

"Makhum balas yang kami diterima amat baik dan rata-rata ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kacang ini," katanya.

Tambahnya, sempena MAHA kali ini, pihaknya membawa satu tan kacang bulu untuk dijual dan diperkenalkan kepada pengunjung.

Mengulas tentang kacang bulu, Zaimi berkata, cara penanamannya mudah, di mana biji benih perlu direndam selama empat jam sebelum dipindahkan ke dalam polybag.

Selepas lima atau empat hari, tunas akan tumbuh dan perlu dipindahkan di atas tanah.

"Tempoh masa sekitar 70 hari diperlukan untuk kita menuai hasil kacang bulu ini. Secara purata, empat pokok mampu menghasilkan sekitar 1 kilogram (kg) kacang bulu.

"Harga pasaran kacang bulu juga tinggi, jika di kebun harganya sekitar RM150 untuk 1kg.

"Manakala di platform seperti e-dagang, kacang bulu ini dijual pada harga RM18 setiap 100 gram bersamaan RM180 untuk 1kg," terangnya.

23 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 10 2024*
The Star, Malaysia

Sweet success as ex-chef's gula apong goes global

By KHOO GEK SAN
gekan@thestar.com.my

PETALING JAYA: Eight years ago, Saiful Firdaus Sulaiman quit his job as a hotel chef and hustled on selling gula apong – a little-known sweetener made by river communities in Sarawak – to the world.

After battling almost two years of pandemic lockdowns and grappling with inconsistent product quality, the 40-year-old's resilience and passion caught the attention of a federal agency who stepped in to give his company the global spring board it needed.

Today, his gula apong is exported to Brunei, Singapore, Saudi Arabia, and soon, China and Japan, thanks to support from the Federal Agricultural Marketing Authority (Fama).

"We've even entered the milk tea business, supplying a well-known chain with our products," he told the Star in mid-2023.

His company now employs 12 people and boasts an annual turnover of RM1.2mil in 2023.

In 2016, Saiful chanced upon the hidden gem in Sarawak's mangrove forests. The nipa palm, or *Nypa fruticans*, offers a sweet nectar that's been valued and harvested by villagers for ages.

The sap is tapped, painstakingly collected and then slowly cooked into a rich, organic sugar known locally as gula apong, after the local word for the tree it comes from – *apok apong*.

Historically, gula apong was reserved for traditional native treats. Today, it's found as an ingredient in ice cream, dessert toppings, cakes and as a natural sweetener in handcrafted beverages.

"We pride ourselves on bolstering the local economy by transforming gula apong into a suite of innovative products," Saiful said.

The company's stringent standards produce high quality gula apong syrup, cubes, granules, and paste that capture the essence of Borneo's mangroves, he added.

Resonating his entrepreneurial journey, Saiful started in 2016, with just two employees and RM180,000 in savings from his job as a chef and the profits from a mobile phone repair shop.

"It was in 2018 when we began to tackle the challenges head-on – from quality fluctuations to hygiene and yield issues. I worked closely with the local farmers, refining cultivation and processing techniques," he said.

He also assisted the growers in constructing access roads and improving extraction equipment.

Just when his products started gaining traction, the Covid-19 pandemic brought everything to a grinding halt.

But Saiful was undeterred. He dove into research and developed an online presence to market gula apong jam and syrup, tapping into a worldwide trend towards organic and natural foods.

At the end of 2020, Fama and the Bumiputera Agenda Steering Unit (Teraju) recognised his potential and reached out with an offer of assistance that included a game-changing RM500,000 fund.

"I had never thought to work with government aid, and reliance was my only strategy. That these initiatives supported me felt like an affirmation of my efforts," he reflected.

Speaking of Fama's efforts to help young entrepreneurs such as Saiful, its director general Abdul Rashid Bahri said the agency's Gerak Agripreneur Muda has so far benefited 1,512 individuals and businesses.

The programme aims to bolster the participation of young people in agro-entrepreneurship, along the entire value chain from farming, livestock breeding, fisheries to activities such as marketing and agro-tourism.

Up to RM20,000 is awarded per individual and Fama says it is a non-repayable investment in the future of Malaysia's youth and the agricultural industries they will lead.

"Fama doesn't just passively wait for applications; we actively scout for promising products," Abdul Rashid said.

Their support extends to refining product formulations, crafting impactful packaging, forging connections with international investors, and facilitating participation in global trade fairs to showcase Malaysian products.

Offering more than just financial assistance, Fama is committed to removing typical hindrances faced by young entrepreneurs, such as the daunting wall of startup capital requirements.

"Adequate financial backing is crucial, but so is providing mentorship, technical know-how, networking opportunities, and access to markets – these are the real catalysts for entrepreneurship among the youth," he added.

He acknowledges a gap in the know-how among young entrepreneurs regarding packaging and presenting their products effectively.

"Without premium packaging and astute marketing, the finest products may slip into anonymity," he asserted.

24 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 10 2024*
New Straits Times, Malaysia

MAHA 2024 marks 100 years with record visitors, sales

12-day expo registers 5.51 million visitors, RM48m in direct sales

MOHAMAD ALIAS
SEREMBAN
aliasmohamad@nstmy.com.my

THE Malaysia Agriculture, Horticulture and Agro-Tourism Exhibition (MAHA) 2024 recorded a staggering 5.51 million visitors for the 12-day event, with RM48 million in direct sales.

The event also saw the inking of 81 memoranda of understanding and memoranda of agreement worth RM7.3 billion, and RM1.38 billion worth of financing and business matching, courtesy of Agrobank.

I am very satisfied with the exceptional achievements accomplished, especially the increase in spending, staying and tourists' arrivals, said Agriculture and Food Security Minister Datuk Seri Mohamad Sabu at the closing of MAHA 2024 on Sunday.

He said these were positive indicators of the public's rising interest in agriculture, as well as food and food security.

"These numbers are not just figures, but also a reflection that MAHA remains the nation's premier event.

Mohamad said among the unique facets of this year's event was the introduction of MAHA Go Global, an initiative aimed at expanding Malaysia's agricultural products to the global market.

"The major conferences were the MAHA Go Global Forum — the first-ever Agro-Food Asia Congress, the Trade, Commerce and the Madani



Agriculture and Food Security Minister Datuk Seri Mohamad Sabu at the closing of the Malaysia Agriculture, Horticulture and Agro-tourism Exhibition (MAHA) 2024 on Sunday. — SAMUEL ONG/The Star

Agropreneur Sarbaring and the Agro-Food Convention 2024.

Mohamad urged the younger generation to consider a future in agriculture.

To the youth, I am sure that your visit to MAHA has changed your perception of this field.

With modern technology, I believe you are now aware that agriculture is no longer a 3D job's description, but one that is dynamic, exciting, full of investment and has

He added that the event gave farmers a chance to market their products to Malaysians and leave behind new agricultural insights.

MAHA, which originally ran for seven days, was initiated by the Malaysian Agricultural Producers Association, was first held in 1924 at the Selangor Turf Club Field.

While it was dormant between 1972 and 1999, the historic exhibition has been on the national calendar ever since then.

Commemorating its 100th anniversary, the 2024 edition of MAHA focused on elevating the nation's international trade, with participation from various countries enhancing its global stature.

I am confident and believe that MAHA will continue to be the platform to explore the latest technology, expand investment and harness potential, as well as a collaboration network in developing the agricultural sector for the next 100 years, said Mohamad.

The closing included a prize presentation.

Mohamad also thanked ministry secretary-general Datuk Lokman Hakim Ismail and the top management team for their dedication and commitment during the Federal Territories, Selangor, Kelantan, Melaka and Johor visits from across the country.

On Sept 18, the exhibition achieved its target of three million visitors.





Asman Awang, the five-millionth visitor to MAHA 2024, posing with his family after winning a Perodua Axia. PICS BY AZHAR HARUN

MAHA recorded 5.51 million visitors for the 12-day event.

MAHA 2024 (SEPT 11-22)

5,514,356 visitors

GOV. AGENCY: RM48,550,154

- Fruits: RM8,757,021.58 (16%)
- Food stalls/food trucks: RM16,092,553.90 (29%)
- Food products: RM8,710,030.80 (20%)
- Floriculture: RM1,142,006.15 (4%)
- Livestock: RM6,898,510.79 (7%)
- Others: RM5,710,035.80 (20%)

Meal/fish value: RM7,703,417,000
$1.56 billion

Agrobank cashless/ QR-pay transactions: RM6,058,434.34
205,352 transactions

Financing potential: RM1.30 billion

Public/private promotions: RM643 million

Official merchandise sold: RM1.5 million

Entrepreneurs' participants: 2,000 people

Don't miss the 100th edition of MAHA

SERDANG: The 100th edition of the Malaysia Agriculture, Horticulture and Agro-Tourism Exhibition (MAHA 2024) which opens tomorrow will serve as a platform to explore the latest advancements and innovations in Malaysia's agricultural sector, says Agriculture and Food Security Minister Datuk Seri Mohamad Sabu.

Expressing optimism about the event, which will not only feature high-tech solutions but also sustainable and resilient approaches that can drive the nation's economic growth, Mohamad said the event is ready to welcome the expected three million visitors.

In a media preview at the event site at MAEPS here yesterday, he said the event with the theme "Harvesting Tomorrow Where Dreams Blossom" will have eight key focus areas.

"With its history dating back to 1923, MAHA 2024 reflects the ministry's aspirations and goals to achieve success in facing today's challenges through innovation and targeted initiatives," he said of the 12-day event that aims to secure deals worth RM6bil through memoranda of understanding and agreements on the back of sales worth RM48mil.

The ministry is also targeting to receive 4,000 applications for grants and business matching worth up to RM600mil.

"MAHA 2024, which will take place until Sept 22, is making history by becoming the foremost and oldest agricultural exhibition in South-East Asia to surpass a century.





Green show: Mohamad and Arthur (front row, third and fourth from right) posing during the media preview. (Right) A visitor recording footage of MAHA 2024's Laman Padi exhibit at MAEPS, Serdang. — SAMUEL ONG/The Star

"I hope the visitors who come can continue to liven up MAHA until the night," he added, expressing his hope that the MRT will operate late into the night, which he plans to discuss with Prasarana Malaysia Bhd, the operator of train and bus services in the Klang Valley.

"With great publicity and good transportation, we are confident this will increase visitor attendance, in addition to other attractions like light shows, water displays and concerts by local celebrities in the evenings," he said.

Children, too, will not be left out, as they will have customised exhibitions that include magic shows, along with fitness-based programmes, and the opportunity to run their fingers through a rice field.

For those with diverse interests, there are also displays of glamping and motorhomes, among others.

At its core, MAHA 2024 has all the elements needed to elevate it to a world-class event, with participation and involvement from various countries through the MAHA Go Global segment, which is a mechanism to catalyse the growth in the agricultural sector, increase exports and spur innovation.

Through MAHA Go Global, the ministry has promoted the event to foreign countries to display their agricultural technology, inspire local innovation, and explore investment potential in the country's agri-food sector through business matching.

There will also be exclusive business-to-business gatherings in the first three days (Sept 11-13) at Hall C of MAEPS for professional networking and dealmaking.

In this regard, 16 countries have confirmed their participation, including Japan, Thailand, Brunei, Indonesia, Hong Kong and several European countries.

MAHA 2024 looks not only at those growing things on land, but also livestock breeders as well as those in the fishing and aquaculture industry, thus providing a one-stop venue to disseminate information to stakeholders.

There will also be 13 pavilions from all Malaysian states, each displaying their respective unique offerings in the areas of art, culture, tourist attractions and cuisine, all working in sync to support the 48 segments that cover the entire ecosystem of the agrofood value chain, ranging from the conventional to the out-of-the-box in order to attract fresh talent into the industry.

Also present at yesterday's media preview were Mohamad's deputy Datuk Arthur Joseph Kurup, and ministry secretary-general Datuk Lokman Hakim Ali.

Further information on the event can be found at mahaofficial.my.

3 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 3rd 2024*
Utusan Sarawak, Malaysia

FAMA sasar eksport 300 tan metrik ayam proses ke Sabah setahun

MELAKA: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) menyasarkan untuk mengeksport kira-kira 300 tan metrik ayam proses setahun dari Semenanjung ke Sabah dengan anggaran pembelian RM3 juta.

Pengerusinya Aminuddin Zulkipli berkata buat permulaan, FAMA mengeksport sebanyak 12 tan metrik ayam proses dengan anggaran nilai RM110,000 menerusi penghantaran pertama yang berlepas semalam.

Beliau berkata inisiatif itu bagi menampung keperluan penduduk Sabah yang ketika ini mendapatkan bekalan ayam proses import dari Thailand dan China.

"Selain itu, inisiatif ini dilakukan selaras dengan pindaan Akta 141 FAMA 1965 yang membenarkan agensi-ini mengurus pemasaran produk ternakan sekali gus membuka peluang lebih luas kepada FAMA memasarkan produk pertanian dan ternakan.

"Ia juga bertujuan membantu penternak dan usahawan tani memasarkan produk mereka dengan cara yang lebih berkesan," katanya kepada pemberita selepas menyempurnakan Pelepasan Penghantaran Ayam Proses Ke Pasaran Sabah di Pejabat FAMA Melaka di sini semalam.

Turut hadir Ketua Pengarah FAMA Abdul Rashid Bahri dan Pengarah FAMA Melaka Nor Azhar Abdul Hamid.



PERIKSA... Pengerusi Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA), Aminuddin Zulkipli (kanan) memeriksa kontena ayam proses pada program Pelepasan Penghantaran Ayam Proses ke Pasaran Sabah di Pejabat FAMA Melaka di Melaka, semalam. Turut hadir Ketua Pengarah FAMA Abdul Rashid Bahri (dua, kanan). • Foto BERNAMA

Aminuddin berkata penghantaran dengan laluan laut itu mengambil masa kira-kira dua minggu dan melibatkan pelbagai proses termasuk kelulusan Jabatan Kastam Diraja Malaysia.

Beliau berkata harga ayam proses yang ditawarkan kepada pengguna di Sabah ialah lima peratus lebih rendah berbanding harga semasa, iaitu sekitar RM12.40 sekilogram dan harga berkenaan dijangka dapat diturunkan lagi sekiranya meraih permintaan tinggi.

"Ayam proses yang dieksport ke pasaran Sabah itu akan diagihkan secara peruncitan menerusi rangkaian outlet FAMA di seluruh Sabah selain diedarkan kepada pemborong.

"Kita berharap apa yang diusahakan FAMA ini akan memberikan kemudahan atau alternatif kepada pengguna di Sabah yang selama ini banyak bergantung kepada bekalan import dari luar negara," katanya.

Beliau berkata usaha mengeksport ayam proses itu juga bertujuan menjalin kerjasama lebih baik antara FAMA dengan pemain industri antaranya pengusaha dan penternak ayam di Semenanjung selain tidak bertujuan untuk mendominasi pasaran eksport di Sabah.

Sebaliknya ia s
atau galakan kep
port di Sabah un
libat dalam pemb
bagi pasaran be
gus membantu n
harga lebih kom
nya. – Bernama

10 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 10 2024*
Berita Harian, Malaysia



BeritaHarian

Reformasi memacu keterjaminan makanan

Penggabungan agensi

- 7 agensi digabung babit 2,030 anggota penguat kuasa dan 14 akta bagi bendung ketirisan, penyeludupan
- Agensi terbabit Kawalselia Padi dan Beras (KPB); Perkhidmatan Kuarantin dan Pemeriksaan Malaysia (MAQIS); Jabatan Pertanian Malaysia (DOA); Jabatan Perkhidmatan Veterinar (DVS); Jabatan Perikanan Malaysia (DOF); Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) dan Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia (LKIM).

Pengasingan kuasa

- Bertujuan mantapkan tindakan penguatkuasaan dan peraturan baharu untuk sektor padi dan beras negara
- Agensi terbabit Bahagian Pembangunan Industri Padi (PIP), Kawalselia Padi Beras (KPB) dan wakil kerajaan dalam Padiberas Nasional Berhad (BERNAS)

Peraturan baharu

- Peraturan Melarang Campuran Beras Putih Tempatan dengan Beras Putih Import diperkenalkan dalam masa terdekat
- Memperkenalkan asas pengiraan baharu Kadar Sara Diri (SSR) dan Penggunaan Perkapita (PCC) beras negara selaras pianoian Pertubuhan Makanan dan Pertanian (FAO) Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (PBB) mulai tahun ini.

Oleh Mohd Iskandar Ibrahim • Nasional 4, 5

22 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 10 2024*
Utusan Sarawak, Malaysia

MTL: Bekalan makanan mencukupi

BUTTERWORTH: Bekalan makanan dijangka mencukupi untuk menampung keperluan rakyat sepanjang tempoh Monsun Timur Laut (MTL), kata Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan Datuk Seri Mohamad Sabu.

Beliau berkata pihaknya sudah membuat persiapan berdasarkan pengalaman lepas bagi menghadapi keadaan cuaca tidak menentu termasuk kemungkinan hujan yang lebih lebat pada MTL tahun ini.

"Mencukupi atau tidak, kalau ikut pengalaman lepas memang kita dapat sediakan dengan mencukupi," katanya kepada pemberita selepas menyaksikan pendaratan ikan tuna di Dermaga Bagan Dalam di sini kelmarin.

Mohamad berkata, kerajaan dalam apa jua keadaan akan memastikan makanan tetap cukup untuk rakyat walaupun harganya mungkin turun naik bergantung pada bekalan semasa.

Terdahulu Mohamad menyaksikan pendaratan 75 tan ikan tuna hasil tangkapan oleh syarikat tempatan, Alpha Ocean Resources Bhd Group (AORB Group).

Syarikat itu melakukan penangkapan ikan tuna tiga kali setahun dan ini merupakan yang ketiga untuk tahun ini dengan hasil tangkapan dieksport ke Jepun, Singapura, Vietnam, Thailand dan Amerika Syarikat. - Bernama



JAWAB SOALAN... Datuk Seri Mohamad Sabu pada Persidangan Dewan Rakyat sempena Mesyuarat Ketiga Penggal Ketiga Parlimen ke-15 di Bangunan Parlimen semalam. • Foto Bernama

14 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 14 2024*
Kosmo, Malaysia



17 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 17 2024*
Sinar Harian, Malaysia

Kerajaan pastikan bekalan beras tempatan mencukupi

PERAI - Kerajaan akan memastikan bekalan beras putih tempatan sentiasa mencukupi walaupun ketika perubahan cuaca yang akan menyebabkan gangguan bekalan makanan asas tersebut.

Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan, Datuk Seri Mohamad Sabu berkata, kerajaan sentiasa mencari jalan untuk memastikan bekalan beras mencukupi di pasaran.

Menurutnya, sehingga kini, stok bekalan beras putih tempatan mencapai 56 peratus dan ia dijangka mencukupi.

"Peratusan itu disebabkan faktor cuaca, banjir dan hilang kawasan sawah namun kita akan cuba cari jalan untuk memastikan beras putih tempatan berada di pasaran, namun beras import memenuhi permintaan.

"Untuk menurunkan harga itu, ia bergantung kepada Bernas tetapi ia juga bergantung kepada harga pasaran di peringkat antarabangsa, ia mungkin memberi kesan kepada Malaysia.

"56 peratus itu sebab banjir di Kedah, kemarau di Kelantan dan 20,000 hektar kehilangan tanah sawah untuk pembangunan dan perumahan. Sebab itu, kita sedang ganti (tanah sawah) di Negeri Sembilan, Melaka, Johor dan paling besar di Sarawak. Namun, ia mengambil masa 10 tahun untuk menghasilkannya," katanya.

Sebelum itu, Mohan yang juga Presiden P Amanah merasmik Konvensyen Amanah Pu Pinang 2024 pada Sabtu.

Mengulas lanjut, Mohan berkata, kementerian ketika mengimport sebanyak 40 ratus beras dari luar nega bagi memenuhi keperluan permintaan pengguna.

Sebelum ini, terdap rungutan pengguna yang me dakwa bekalan beras pu tempatan sukar diperoleh pasaran dan hanya terdap stok beras import.

21 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 21 2024*
Sinar Harian, Malaysia

3 bersaudara jual sayur 5 tan sehari

Bermula sebagai penanam kini turut menjadi peraih

Oleh SAIFULLAH AHMAD
SUNGAI SIPUT

Impian tiga bersaudara menjadi pelopor dalam bidang pertanian mula menampakkan hasil apabila jualan hasil tanaman mereka kian berkembang mencecah lima tan sehari.

Khairul Faiez Ahmad Sani, 35, Shahirul Ahmad, 37, dan Hayadi Anwar Ahmad Sani, 41, berjaya membuktikan bahawa anak muda tempatan mampu bersaing dalam bidang berkenaan jika diberikan peluang.

Menurut Khairul Faiez, pembabitan mereka bertiga bermula tahun 2011 sebagai penanam sayur secara kecil-kecilan dan kini menjadi peraih untuk dipasarkan di luar Perak.

"Alhamdulillah, sejak lebih 20 tahun menceburi bidang pertanian ini, kami telah buktikan kemampuan daripada menanam sehinggalah memasarkan sendiri sehingga ke Pulau Pinang dan Kuala Lumpur.

"Setiap hari kira-kira empat hingga lima tan metrik sayur dipasarkan tidak termasuk untuk pasaran tempatan," katanya ketika ditemui di ladangnya di Kampung Lasah di sini, baru-baru ini.

Khairul Faiez berkata, purata sebulan bekalan sayur yang dipertukan untuk memenuhi permintaan pasaran melebihi 100 metrik tan.

Mempunyai ladang sendiri di Kampung Lasah, di sini seluas 1.2 hektar, mereka berjaya mengeluarkan hasil tanaman timun 30 tan dikuti lebih sembilan tan peria.

Menurutnya, jumlah itu belum cukup untuk memenuhi permintaan pasaran kerana bukan sahaja untuk pasar pasar awam tetapi pasar raya besar termasuk.

Disebabkan itu katanya, mereka menerusi syarikat Sepakat Niaga Sdn Bhd menjadi perah dengan membeli hasil-hasil tanaman daripada pelbagai pihak untuk memastikan bekalan dapat dipenuhi.

Sementara itu, Hayadi Anwar pula menyifatkan kejayaan itu hasil usaha mereka bertiga untuk membuktikan usahawan bumiputera mampu pergi lebih jauh.

Menurutnya, hubungan baik yang terjalin bersama pelbagai agensi berkaitan termasuk Jabatan Pertanian, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (Fama), Felda Global Venture (FGV) dan Pertubuhan Peladang Kawasan (PPK) Sungai Siput turut membuka ruang mereka berkembang melalui bimbingan serta peluang diberikan.

Dalam pada itu, Pengerusi Ahli Jemaah Pengarah PPK Sungai Siput (U), Datuk Mohammed Akhier Ahmad Wazir Affandi berkata, pihaknya sangat mengalu-alukan pengibatan orang muda dalam bidang pertanian.

Menurutnya, PPK Sungai Siput (U) akan terus membantu dan memberikan menerusi Peladang Muda bagi melahirkan lebih ramai usahawan dalam bidang pertanian.

Khairul Faiez (berdiri, kiri), Hayadi Anuar (duduk, kanan) dan Shahirul (duduk, kiri) bersama Mohammed Akhier (belakang, tengah) menunjukkan peria yang ditanam di Kampung Lasah, Sungai Siput.

27 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 27 2024*
Sinar Harian, Malaysia

60,000 kit makanan untuk mangsa bencana

Set makanan mampu bertahan selama 11 bulan dan sesuai dimakan terus tanpa perlu masak

Oleh MOHD IZZATUL IZUAN TAHIR
KUALA SELANGOR

Sebanyak 60,000 kit makanan disagihkan kepada Agensi Pengurusan Bencana Negara (Nadma) untuk diedarkan kepada mangsa dan petugas hadapan yang terlibat bencana di seluruh negara.

Pengerusi Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA), Aminuddin Zulkipli berkata, setakat ini sebanyak 34,550 kit dan 15,000

KITA SELANGOR

Aminuddin (tengah) menunjukkan kit makanan untuk mangsa bencana di seluruh negara.

katanya ditemui ketika Majlis Pelepasan Pengedaran Kit Bantuan Makanan Negara Monsun Timur Laut di mproses Makanan FAMA, rang di sini pada Selasa.

ddin berkata, negeri tertinggi erima bekalan kit makanan Kelantan, Terengganu, Pahang, an Sebeh.

masa ini, jumlah bekalan kit mencukupi namun tetap ber-gan sebarang kemungkinan kepada tahap bencana yang

sarkan rekod sebelum ini, memang kita bersedia mencapai jumlah maksimum ditetapkan," tambahnya.

Katanya, semua kit makanan sesuai dimakan segera tanpa perlu memasak dan mampu bertahan dalam tempoh sekurang-kurangnya 11 bulan.

Dalam pada itu, Aminuddin katanya, pihaknya sudah bersiap sedia memastikan bekalan makanan seperti sayur, buah, ikan, daging dan ayam mencukupi sepanjang musim banjir.

Jelasnya, FAMA akan mengadakan kerjasama dengan agensi lain seperti Lembaga Pertubuhan Peladang (LPP) di setiap negeri.

24 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 24 2024*
Berita Harian Ahad, Malaysia

Projek rintis bawang di Jerantut buahkan hasil

Jerantut: Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) bersedia untuk memasarkan hasil bawang diusahakan petani di daerah ini selepas kejayaan projek rintis tanaman bawang di Pahang.

Pengarah Kanan Bahagian Pemasaran Segar FAMA, Nor Salawaty Abd Kadir, berkata bawang terbukti sesuai ditanam di Jerantut, sekali gus menjadi daerah pertama di Pahang mengeluarkan hasil tani itu.

Beliau memberi contoh di Kampung Labu, seorang petani, Haslina Hassan bersedia untuk mengusahakan tanah seluas empat hektar dengan tanaman itu setelah berjaya memperoleh hasil tualan pertama.

"Pada peringkat awal, beliau mengusahakan dua hektar tanaman bawang pada September lalu dan hasilnya dapat dituai bulan ini. Lebih membanggakan, beliau berjaya mengeluarkan kira-kira 20 tan bawang dari dua hektar tanah yang diusahakan itu," katanya.

Beliau berkata demikian ketika melawat projek penanaman diusahakan Haslina. Yang turut hadir, Pengarah Bahagian Pemasaran Segar FAMA, Hairuddin Yunos dan Pengarah FAMA Pahang, Saiful Sadri.

Nor Salawaty berkata, kejayaan itu hasil bimbingan berterusan Pejabat Pertanian Daerah Jerantut kepada petani di Kampung Labu dan Kampung Pasir menerusi projek rintis.

"Ini antara usaha gigih dipelopori di Pahang dalam mengembangkan pengeluaran bawang tempatan sebelum diperluaskan ke tempat lain. Bawang varieti Paribas ini boleh ditanam di sini kerana tanah dan cuaca sesuai, hasil boleh dituai dalam tiga bulan.

"Kejayaan petani di Jerantut dalam projek rintis di Pahang ini akan menjadikan bawang komoditi baharu yang dapat menjana pendapatan petani dan juga mampu memenuhi keperluan bawang tempatan.

"Petani bersedia meneruskan kejayaan ini dengan memulakan fasa kedua sebaik sahaja persiapan kawasan selesai. Projek bawang ini bukan sekadar usaha menanam, malah bukti keupayaan Pahang untuk menjadi pengeluar bawang berkualiti tinggi pada masa akan datang.

"Kejayaan fasa pertama ini menandakan permulaan kepada lebih banyak projek seumpamanya yang berpotensi di majukan, khususnya di kawasan tanah terbiar," katanya.

Berharap projek itu terus maju dan memberi inspirasi kepada petani lain di seluruh Pahang untuk terbabit dalam penanaman bawang, Nor Salawaty berkata, usaha itu langkah penting ke arah mengurangkan kebergantungan negara kepada bawang import, selain kenaikan harga ketara.

"Negara mengimport 687,000 tan bawang pada 2022, 70 peratus daripada bekalan diperoleh dari India," katanya.



Kebun bawang yang diusahakan petani di Kampung Labu, Jerantut.
(Foto Roselan Ab Malek/BH)

25 NOVEMBER 2024 •
NOVEMBER 25 2024
Utusan Borneo, Malaysia

Jualan Agro MADANI Khas Sempadan catat nilai jualan lebih RM170,000

PADANG BESAR: Program Jualan Agro MADANI Khas Sempadan anjuran Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) mencatatkan nilai jualan keseluruhan sebanyak RM170,412 dengan pengunjung 13 ribu pelanggannya di negeri-negeri sempadan Malaysia-Thailand setakat ini.

Pengerusi FAMA Aminuddin Zulkipli berkata program itu melibatkan empat negeri, iaitu Perlis, Kedah, Perak dan Kelantan melibatkan 231 usahawan serta memberikan manfaat kepada 5,670 penggguna dan 22,682 isi rumah dengan penjimatan keseluruhan sebanyak RM51,053.

"Di Perlis sahaja, sebanyak empat hari program ini diluaskan ke melibatkan kawasan Wang Kelian dan Padang Besar dengan nilai jualan berjumlah RM51,415. Ia melibatkan 106 usahawan, memberikan manfaat kepada 6,848 isi rumah dengan nilai penjimatan RM15,425," katanya.

Beliau berkata demikian kepada pemberita selepas Program Jualan Agro MADANI Khas Sempadan dan High Profile Policing PDRM X FAMA di sini semalam, yang turut dihadiri Ketua Polis Perlis Datuk Muhammad Abdul Halim.

Aminuddin berkata jualan khas sempadan itu diaturkan bagi menyahut saranan Perdana Menteri Datuk Seri Anwar Ibrahim dalam usaha meningkatkan aktiviti ekonomi di kawasan sempadan melalui Mesyuarat Jemaah Menteri pada 18 Sept lepas untuk Peruntukan Khas "Peningkatan Ketara Rakyat Malaysia Melancong Ke Thailand".

"Sempadan Malaysia-Thailand mempunyai tarikan tersendiri, tetapi apa yang kita lihat buat masa ini, tarikan ke luar lebih dominan. Jadi, daripada membiarkan pengeluaran wang berlaku begitu saja, kami cari pendekatan untuk menangannya.

"Melalui penganjuran aktiviti ini, kita juga boleh mendaftarkan kawasan sempadan sebagai tarikan kepada penduduk negara jiran untuk datang ke sini," katanya.

Mengenai penganjuran Program Jualan Agro MADANI Khas Sempadan dan High Profile Policing PDRM X FAMA semalam, beliau berkata program itu turut menyediakan kemudahan diskaun 30 peratus untuk saman trafik diberikan PDRM Perlis. — Bernama

18 DISEMBER 2024 • *DISEMBER, 18 2024*
Utusan Sarawak, Malaysia

Stail *pertanian*



PESARA tentera Sjn (B) Mohd Shah A. Rahman berada di tengah barisan pokok cili besar yang ditanamnya di Pusat Rujukan Teknologi Tinggi di Pejabat Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Alor Gajah.

MOHD Shah A. Rahman memeriksa pokok cili besar yang ditanamnya.

MOHD Shah A. Rahman sedang memantau teknologi Internet of Things (IoT) melalui aplikasi di telefon bimbitnya.

IoT ubah kehidupan pesara tentera



MOHD Shah A. Rahman kini menggunakan teknologi IoT untuk memantau sistem pertanian.

PENGGUNAAN teknologi Internet pelbagai benda (IoT) nyata mengubah kehidupan Sjn (B) Mohd Shah A. Rahman, 43, daripada seorang pesara tentera kepada petani moden.

Selepas bersara daripada perkhidmatan keselamatan itu pada 2022, beliau menceburi bidang pertanian fertigasi secara kecil-kecilan di rumahnya di Kampung Sungai Tuang, Alor Gajah dengan modal sebanyak RM1,300, sebelum berpakat dengan seorang rakan untuk membuka sebuah kebun sayur, juga menggunakan teknik penanaman sama.

"Saya menanam kira-kira 2,000 polibeg terung, namun kerana kurang ilmu, ia tak berapa menjadi menyebabkan saya kerugian. Saya kemudian menyertai kursus anjuran Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) di Port Dickson, Negeri Sembilan untuk menambah pengetahuan mengenai pertanian secara fertigasi ini.

"Selepas itu saya ditawarkan untuk menyewa tapak fertigasi di Pusat Rujukan Teknologi Tinggi di Pejabat FAMA Alor Gajah pada Mei lepas dan alhamdulillah, pusat ini mempunyai kemudahan IoT yang banyak memudahkan urusan saya memantau aktiviti pertanian," katanya.

Mengulas lanjut, Mohd Shah berkata Pusat Rujukan Teknologi Tinggi berkenaan menawarkan kelengkapan fertigasi menyeluruh, seperti sistem pengairan menggunakan batang paip yang disambung secara terus ke tangki air dan pancang, selain IoT yang memudahkan beliau memantau campuran baja, tahap pH air dan sebagainya.

TIDAK PERLU KELUAR BANYAK TENAGA

"Menerusi sistem berkenaan, saya tidak perlu lagi mengeluarkan tenaga yang banyak untuk memantau hasil pertanian. Semuanya boleh dipantau menggunakan aplikasi yang dimuat turun ke dalam telefon pintar dan banyak masa saya boleh habiskan dengan keluarga di rumah.

"Malah baru-baru ini, ketika terpaksa menjaga ibu di hospital, tiga hari saya tak datang jenguk kebun, tetapi sistem IoT berkenaan membantu saya membuat pemantauan dan ia 'bekerja' sendiri untuk mencampurkan baja serta menyiram 560 polibeg pokok terung dan cili yang diusahakan di pusat rujukan itu," katanya.

Bapa kepada empat anak berusia 6 hingga 11 tahun itu yang juga peserta Ladang Kontrak FAMA berkata pada musim lepas, beliau berjaya menuai kira-kira 1.5 tan terung selepas anak pokok mencapai tahap matang dalam tempoh 45 hari selepas ditanam.

Beliau berkata menerusi penggunaan IoT juga, FAMA dapat memantau secara langsung perkembangan aktiviti pertaniannya menerusi perkongsian aplikasi yang disertakan dengan teknologi terbabit.

"Kadang-kadang saya dapat juga panggilan daripada Pengarah FAMA Melaka (Nor Azhar Abdul Hamid) yang sering memantau aktiviti pertanian saya menggunakan telefon bimbitnya jika mendapati ada perkara yang tidak kena ... contohnya, seperti campuran baja tidak tepat dan sebagainya.

TAMBAH ILMU BIDANG PERTANIAN

"Menerusi khidmat nasihat secara langsung ini, ia sekali gus memberi peluang kepada saya untuk menambah ilmu dalam bidang pertanian dan teknologi dari semasa ke semasa," katanya sambil menambah beliau kini memasuki musim kedua penanaman di pusat berkenaan dengan tanaman terung dan cili.

Mohd Shah berkata antara kelebihan lain menggunakan IoT termasuklah dapat menjimatkan kos tenaga kerja kerana ia boleh dilakukan seorang diri dan tidak bergantung kepada pekerja asing.

Sementara itu, Nor Azhar berkata teknologi IoT berkenaan dibeli dari Itali dan ia merupakan kali pertama diperkenalkan di Melaka pada tahun ini.

Beliau berkata FAMA kini memantau perkembangan penggunaan teknologi itu sebagai projek perintis agensi berkenaan dan mungkin akan dikembangkan lagi pada masa akan datang jika hasil diberikan adalah positif.

"Menerusi penggunaan IoT ini, FAMA Melaka dapat memantau secara langsung aktiviti pertanian dan memberi khidmat nasihat secara terus kepada petani untuk menambah baik aktiviti pertanian mereka," katanya. – Bernama

19 DISEMBER 2024 • *DECEMBER, 19 2024*
Kosmo, Malaysia



MOHAMAD (tengah) menyampaikan BKST Fasa 2 kepada pesawah di Dewan Terbuka PPK Bunga Raya, Tumpat semalam.

Harga sayur kembali stabil Mac tahun depan

Oleh MUHAMMAD AYMAN GHAFFA

TUMPAT – Harga sayur-sayuran di pasaran seluruh negara dijangka kembali stabil pada Mac tahun depan iaitu selepas tamat tempoh musim tengkujuh yang melanda kebanyakan negeri terutamanya di Pantai Timur.

Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan, Datuk Seri Mohamad Sabu berkata, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) ketika ini sedang memainkan peranan untuk mengawal harga sayur-sayuran terkawal semasa musim tengkujuh.

Menurutnya, banjir ketika ini masih berlaku di beberapa negara dan harga sayur-sayuran akan kembali stabil selepas tempoh itu.

"Kenaikan harga sayur-sayuran kebiasaannya tidak lama dan hanya semasa musim tengkujuh. Sebagai contoh sayur jenis timun. Harganya naik semasa musim tengkujuh, tetapi selepas itu, berlaku lambakan sayur. Tiada yang mahu membelinya.

"Kita menjangkakan harga sayur-sayuran kembali stabil tidak lama lagi. Mungkin selepas musim tengkujuh iaitu pada Mac tahun depan," katanya pada sidang akhbar selepas Majlis Penyampaian Bantuan Khas Sumbangan Tunai (BKST) Fasa 2 dan Tabung Bencana Alam Kebajikan Nelayan di Dewan Terbuka Persatuan Peladang Kawasan (PPK) Bunga Raya di sini semalam.

Mengulas lanjut, Mohamad memberitahu, FAMA sedang bertungkus-lumus untuk memastikan harga sayur-sayuran tidak membebankan rakyat selepas ini.

Kosmo! sebelum ini melaporkan, harga sayur-sayuran di tujuh negeri mengalami kenaikan ekoran musim tengkujuh sejak bulan lalu.

Antara sayur yang mengalami kenaikan harga adalah sawi panjang, kailan, lobak, timun, kangkung, daun sup dan tomato.

Terengganu merupakan negeri yang mengalami kenaikan ketara iaitu sekali ganda bagi hasil tanaman tersebut.



KERATAN *Kosmo!* 12 Disember 2024.

22 DISEMBER 2024 • *DECEMBER 22 2024*
Sinar Harian, Malaysia

16 usahawan IAT terima RM278,358

Bantu tingkat nilai produk pertanian, perkasa perniagaan agromakanan

Oleh MOHD AZLIM ZAINURY
SHAH ALAM



Ilham (tengah) bersama 16 usahawan IAT yang menerima bantuan pada Majlis Perasmian Konvensyen Agro Selangor 2024 di Shah Alam pada Jumaat.

Seramai 16 usahawan Industri Asas Tani (IAT) menerima bantuan insentif pertanian bernilai RM278,358 sempena Konvensyen Agro Selangor 2024 yang berakhir pada Jumaat.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) Selangor dalam kenyataannya berkata, Konvensyen Agro Selangor pada tahun ini julung kalinya diadakan melibatkan seramai 200 peserta.

Menurut FAMA, konvensyen berkenaan diadakan bagi merangsang perkembangan industri asas tani untuk usahawan perusahaan mikro, kecil dan sederhana (PMKS) di Selangor.

"Industri asas tani memainkan peranan yang amat penting dalam menjana ekonomi negara, khususnya bagi meningkatkan nilai tambah hasil produk pertanian dan memperkasakan jaringan perniagaan dalam sektor agromakanan.

"Konvensyen ini menghimpunkan seramai 200 usahawan PMKS bimbingan jabatan dan agensi di bawah Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan khususnya di Selangor," ujarnya.

Majlis Perasmian Konvensyen Agro Selangor itu disempurnakan oleh Exco Infrastruktur dan Pertanian Selangor, Datuk Ir Izham Hashim di sebuah hotel di Seksyen 14 di sini.

Hadir sama, Ketua Pengarah FAMA, Abdul Rashid Bahri.

FAMA Selangor berkata, konvensyen kali ini juga dapat memberikan pendedahan kepada usahawan mengenai keperluan pemasaran dalam meningkatkan daya saing.

Selain itu katanya, ia turut mewujudkan peluang kepada usahawan untuk berinteraksi, bertukar idea dan membina rangkaian dengan rakan niaga serta pakar industri.

"Ia juga menyediakan maklumat pembiayaan dan bantuan kerajaan bagi meningkatkan kualiti produk agromakanan, seterusnya menyediakan peluang pasaran antarabangsa untuk produk usahawan kategori tier satu dan dua.

"Ia meliputi kategori produk seperti sos dan lepa, sejuk beku, snek serta makanan tradisional termasuk produk jus, kordial, kek serta bakeri dan herba," tambahnya.

Jelasnya, impak pelaksanaan Konvensyen Agro Selangor 2024 itu dapat membuka peluang besar kepada usahawan industri asas tani di Selangor.

"Dengan adanya perkongsian ilmu, inovasi dan jaringan perniagaan, konvensyen ini dapat memperkukuhkan ekonomi Selangor serta memperbaiki kualiti usahawan dalam sektor agromakanan.

"Melalui konvensyen ini juga usahawan industri asas tani akan terus berkembang dan menjadi penyumbang utama kepada pertumbuhan ekonomi negara," ujarnya.

27 DISEMBER 2024 • *DECEMBER, 27 2024*
Utusan Borneo Sarawak, Malaysia

PKS tempatan mampu ke pasaran global

Oleh Steve Annuar

MIRI: Perusahaan kecil dan sederhana (PKS) tempatan mampu menembusi pasaran global dengan bimbingan dan sokongan yang tepat, kata Pengerusi Dewan Usahawan Bumiputera Sarawak (DUBS) Cawangan Miri Mohammad Hafidz Rohani.

Beliau berkata, usahawan tempatan tidak harus berasa kerdil, sebaliknya perlu terus berusaha gigih meneroka pasaran antarabangsa bagi memperluaskan jualan, sekali gus membawa nama Sarawak ke peringkat global.

"Ini adalah satu langkah penting, sesuai dengan hasrat kerajaan negeri untuk meletakkan nama Sarawak di persada dunia," katanya kepada Utusan Borneo semalam.

Beliau berkata demikian ketika mengulas tentang kejayaan sebuah PKS tempatan yang mencatat satu pencapaian besar apabila memperoleh tempahan eksport produk biskut ke Qatar melalui bimbingan dan inisiatif Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA).

Hafidz yang juga Pengarah Urusan ANA Corporation Sdn Bhd yakin produk Malaysia termasuk dari Sarawak, mampu menarik perhatian pembeli luar negara dengan kualiti yang ditawarkan.

Pada masa yang sama, beliau menekankan pentingnya sokongan padu kerajaan negeri dan persekutuan melalui pelbagai agensi.

Antaranya FAMA, Kementerian Perdagangan Antarabangsa, Industri dan Pelaburan (MINTRED), Majlis Amanah Rakyat (MARA), SME Corporation Malaysia (SME Corp), Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (MATRADE), Perbadanan Usahawan Nasional Berhad (PUNB) dan SME Bank Malaysia untuk membantu PKS meneroka pasaran eksport.



USAHA GLOBAL: Hafidz (tiga kanan) bersama wakil FAMA ketika pelepasan penghantaran kontena biskut Sarawak ke Doha, Qatar baru-baru ini.

● Dengan bimbingan dan sokongan tepat, produk tempatan mampu menarik perhatian pembeli luar negara.

Mengulas lanjut mengenai kejayaan PKS tempatan tersebut, Hafidz berkata ia direalisasikan pada pameran Hospitality Qatar 2024 yang menjadi platform untuk mempamerkan keunggulan sektor agromakanan Malaysia di persada antarabangsa.

Menurutnya, penghantaran melibatkan lima Stock Keeping Unit (SKU) produk premium itu berlepas dari Pelabuhan Klang semalam dan dijangka tiba di Doha, Qatar pada 6 Januari depan.

Produk tersebut katanya, akan diedarkan ke pelbagai outlet terpilih seperti kafe, restoran, dan hospital, sekali gus memperkukuhkan kehadiran produk Malaysia di pasaran antarabangsa.

"Kejayaan ini adalah sebahagian daripada usaha berterusan FAMA untuk mengembangkan perniagaan tempatan ke luar negara.

"Ini turut membuktikan dengan bimbingan dan sokongan yang tepat, PKS tempatan mampu menempa nama di peringkat global," katanya.

Menurut Hafidz, FAMA memainkan peranan penting dalam memberikan bimbingan dan panduan kepada usahawan untuk mengharungi cabaran dalam pasaran eksport, seterusnya memacu pertumbuhan mampan bagi industri agromakanan negara.

Beliau yakin FAMA akan terus komited untuk memperkasakan lebih banyak PKS tempatan untuk menerokai pasaran antarabangsa dengan menawarkan khidmat rundingan dan bimbingan bagi memastikan kejayaan mereka dalam perdagangan global.

27 DISEMBER 2024 • *DECEMBER, 27 2024*
Borneo Post (Kuching), Malaysia

Fama steps up coconut imports from Indonesia

KUALA LUMPUR: The Federal Agricultural Marketing Authority (Fama) has taken proactive measures to tackle the lack of coconuts in the market by boosting purchases of old coconuts from Indonesia to ensure adequate supply for domestic use, especially during festive seasons.

Its chairman Aminuddin Zulkipli said in a statement that the authority, through its subsidiary Famaco, has increased purchases of old coconuts from Indonesia to 320 metric tonnes from this month compared to the previous 180 metric tonnes.

This follows the drop in local coconut supply that reached up to 50 per cent in several major markets including the Klang Valley due to unfavourable weather in the past three months that affected the production of coconuts in local plantations and export countries.



Aminuddin Zulkipli

"Consistent imported supply since early December helped to stablise the price of coconuts in the market and based on Fama's monitoring, the measure is starting to balance up the demand for coconuts in the market.

> Consistent imported supply since early December helped to stablise the price of coconuts in the market and based on Fama's monitoring, the measure is starting to balance up the demand for coconuts in the market.
>
> Aminuddin Zulkipli

"Yet the market balance process between supply and demand will take time due to high demand during festive periods. The situation is expected to recover and provide a positive impact on consumers by January 2025," he said.

He said the current average price of old coconuts were between RM2.20 and RM2.93 each in Peninsular Malaysia, adding that the agency is also working with various parties, including importers, wholesalers and retailers to ensure the supply chain continues smoothly.

"Continuous monitoring is being conducted throughout the country to identify areas suffering from a lack of supply, apart from working with Maqis (Malaysian Quarantine and Inspection Services) to curb smuggling at our country's entry point."

The recent shortage in coconut supply was highlighted by a statement by the Consumers Association of Penang on Tuesday, in which it voiced concerns about the drastic rise in prices of coconuts. — Bernama

06



KALENDAR PERISTIWA FAMA TAHUN 2024

FAMA Calendar of Events 2024

4 JANUARI 2024 • *JANUARY 4th 2024*







▸ Lawatan Kerja Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan, YB Datuk Arthur Joseph Kurup ke Ibu Pejabat FAMA / *Working Visit by the Deputy Minister of Agriculture and Food Security YB Datuk Arthur Joseph Kurup to FAMA Headquarters*

16 JANUARI 2024 • *JANUARY 16th 2024*





▸ Majlis Amanat 2024 oleh Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan - YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu di Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan Putrajaya / *Ministerial Address 2024 by the Minister of Agriculture and Food Security - YB Datuk Seri Haji Mohamad bin Sabu at the Ministry of Agriculture and Food Security, Putrajaya*

23 JANUARI 2024 • *JANUARY 23rd 2024*








▸ Majlis Perhimpunan Bulanan FAMA Bil.1/2024 di Dewan Bunga Raya, Ibu Pejabat FAMA dan Program Senamrobik / *FAMA Monthly Assembly No. 1/2024 at Bunga Raya Hall, FAMA Headquarters and Aerobics Programme*

30 JANUARI 2024 • *JANUARY 30th 2024*




▸ Sambutan Ulang Tahun Pasar Tani Ke-39 Peringkat Kebangsaan 2024 di Pasar Tani Putrajaya Presint 2 dirasmikan oleh YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri, Ketua Pengarah FAMA / *39th National Farmers' Market Anniversary Celebration 2024 at the Putrajaya Precinct 2 Farmers' Market officiated by YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri, FAMA Director-General*

21 - 23 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY 21 - 23rd 2024*







▸ Kursus *Advanced Leadership Development And Assessment Programme* (ALEAP) 2024 di Institut Latihan FAMA (ILF), Port Dickson Negeri Sembilan / *Advanced Leadership Development and Assessment Programme (ALEAP) 2024 Course at the FAMA Training Institute (ILF), Port Dickson, Negeri Sembilan*

26 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY 26th 2024*



▸ Program Temubual Ruang Bicara 'PEMERKASAAN FAMA DALAM AGROMAKANAN DAN SEKURITI MAKANAN' Ketua Pengarah FAMA di BERNAMA TV bersama pengacara, Tuan Sherkawi Jirim / *Interview Programme "EMPOWERING FAMA IN AGROFOOD AND FOOD SECURITY" featuring FAMA Director-General on BERNAMA TV, hosted by Mr Sherkawi Jirim*

29 FEBRUARI 2024 • *FEBRUARY 29th 2024*







▸ FAMA Fest 2024 @ Perak di RTC Gopeng dari 29 Februari hingga 4 Mac 2024 dirasmikan oleh Timbalan Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan, YB Datuk Arthur Joseph Kurup / *FAMA Fest 2024 @ Perak at RTC Gopeng, held from 29 February to 4 March 2024, officiated by the Deputy Minister of Agriculture and Food Security, YB Datuk Arthur Joseph Kurup*

4 - 9 MAC 2024 • *MARCH 4-9th 2024*



▸ Program Transformasi Minda (PTM) Tahun 2024 di Institut Latihan FAMA (ILF), Port Dickson Negeri Sembilan /
Mindset Transformation Programme (PTM) 2024 at the FAMA Training Institute (ILF), Port Dickson, Negeri Sembilan

9 MAC 2024 • *MARCH 9th 2024*



▸ Majlis Pelancaran Semarak Ramadan Madani 1445 H, Pasar Tani Peringkat Kebangsaan di Pasar Tani Tasik Permaisuri, Kuala Lumpur / *Launch Ceremony of Semarak Ramadan MADANI 1445H, National-Level Farmers' Market at Tasik Permaisuri Farmers' Market, Kuala Lumpur*

14 MAC 2024 • *MARCH 14th 2024*



▸ Intervensi Beras Putih Tempatan -Jualan Beras di Depo Pengedaran FAMA Ibu Pejabat /
Local White Rice Intervention – Rice Sales at FAMA Headquarters Distribution Depot

3 APRIL 2024 • *APRIL 3rd 2024*






▸ Program Ihya Ramadan FAMA 1445H Peringkat Ibu Pejabat FAMA di Dewan Bunga Raya, Bangunan FAMA Point /
FAMA Ihya Ramadhan 1445H Programme at FAMA Headquarters held at Bunga Raya Hall, FAMA Point Building

23 APRIL 2024 • *APRIL 23rd 2024*






▸ Perhimpunan Bulanan dan Sambutan Hari Raya Aidilfitri di Ibu Pejabat FAMA /
Monthly Assembly and Aidilfitri Celebration at FAMA Headquarters

25 APRIL 2024 • *APRIL 25th 2024*







▸ Majlis Menandatangani Memorandum Persefahaman (MoU) Sempena Hari Harta Intelek Negara di Menara MyIPO PJ Central oleh Ketua Pengarah MyIPO, YBrs. Tn. Kamal Kormin dan Ketua Pengarah FAMA, YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri /
Memorandum of Understanding (MoU) Signing Ceremony in conjunction with National Intellectual Property Day at Menara MyIPO, PJ Central by MyIPO Director-General, YBrs. Tn. Kamal Kormin and FAMA Director-General, YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri

26 APRIL 2024 • *APRIL 26th 2024*







▸ Program Jualan Agro Madani (JAM) Negeri Kedah dan Perlis di Ibu Pejabat FAMA /
Agro Madani Sales Programme (JAM) for Kedah and Perlis at FAMA Headquarters

5 MEI 2024 • *MAY 5th 2024*







▸ Program Ekspedisi Madu Lebah Tualang FAMA Negeri Kedah 2024 /
FAMA Kedah 2024 Tualang Honey Expedition Programme

24 - 26 MEI 202 • *MAY 24 - 26th 2024*









▸ Karnival Jualan Agro Madani (JAM) Mega di Perkarangan Bangunan Majlis Perbandaran Tawau, Sabah /
Agro Madani (JAM) Mega Sales Carnival at the Grounds of Tawau Municipal Council Building, Sabah

27 - 29 MEI 2024 • *MAY 27 - 29th 2024*







▸ Bengkel Penyediaan Penilaian Outcome Projek Pembangunan FAMA RMK-12 bertempat di Scholar's Suites, Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI) Tanjung Malim, Perak / *Workshop on Preparing Outcome Assessment for FAMA Development Projects under 12MP, held at Scholar's Suites, Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Tanjung Malim, Perak*

10 JUN 2024 • *JUNE 10th 2024*







▸ Majlis Peluncuran MAHA 2024 bertempat di Dewan D2, MAEPS Serdang oleh Menteri Pertanian dan Keterjaminan Makanan - YB Datuk Seri Haji Mohamad Sabu / *MAHA 2024 Launch Ceremony held at Hall D2, MAEPS Serdang, officiated by the Minister of Agriculture and Food Security, YB Datuk Seri Haji Mohamad Sabu*

11 JUN 2024 • *JUNE 11th 2024*









▸ Mini Conference Of Agribusiness Marketing (CAM) 2024 di Dewan Bunga Raya, Ibu Pejabat FAMA / *Mini Conference on Agribusiness Marketing (CAM) 2024 at Bunga Raya Hall, FAMA Headquarters*

14 JUN 2024 • *JUNE 14th 2024*







▸ Karnival Jualan Agro Madani (JAM) dan Semarak Aidiladha Peringkat Kebangsaan 2024 di RTC Kelantan / *Agro Madani (JAM) Sales Carnival and National-Level Aidiladha Celebration 2024 at RTC Kelantan*

2 - 4 JULAI 2024 • *JULY 2 - 4th 2024*







▸ Penyertaan FAMA dalam Pameran Makanan Antarabangsa (SiAL) 2024 Edisi ke -2 di Malaysia International Trade and Exhibition Centre (MITEC) Kuala Lumpur / *FAMA's Participation in the 2nd Edition of the 2024 International Food Exhibition (SiAL) at Malaysia International Trade and Exhibition Centre (MITEC), Kuala Lumpur*

4 JULAI 2024 • *JULY 4th 2024*







▸ Lawatan Pengerusi FAMA Ke NAFAS Food dan Majlis Menandatangani Memorandum Persefahaman (MoU) FAMA Pulau Pinang bersama NAFAS Food Processing and Marketing Sdn Bhd di Dataran Sungai Kechil, Nibong Tebal, Seberang Perai Selatan (SPS), Pulau Pinang. / *FAMA Chairman's Visit to NAFAS Food and MoU Signing Ceremony between FAMA Penang and NAFAS Food Processing and Marketing Sdn Bhd at Dataran Sungai Kechil, Nibong Tebal, South Seberang Perai (SPS), Penang*

24 JULAI 2024 • *JULY 24th 2024*







▸ Majlis Seuntai Kasih Sekalung Budi Sempena Persaraan Wajib Timbalan Ketua Pengarah Operasi, Encik Abd Rahman bin Mahmood / *Participation in the "Seuntai Kasih Sekalung Budi" Ceremony in Conjunction with the Mandatory Retirement of the Deputy Director-General of Operations, Encik Abd Rahman bin Mahmood*

25- 28 JULAI 2024 • *JULY 25- 28 th 2024*









▸ Malaysia Fest 2024 di Singapore Expo Hall 5, Singapura / *Malaysia Fest 2024 at Singapore Expo Hall 5, Singapore*

2 Ogos 2024 • *AUGUST 2nd 2024*







▸ Majlis Pelepasan Pengeksportan Nangka Madu Segar ke Negara China / *Send-Off Ceremony for the Export of Fresh Honey Jackfruit to China*

3 OGOS 2024 • *AUGUST 3rd 2024*









▸ Program Konvoi Kemerdekaan dan Kecergasan FAMA 2024 dari Ibu Pejabat FAMA ke Ulu Slim, Perak / *FAMA 2024 Independence and Fitness Convoy Programme from FAMA Headquarters to Ulu Slim, Perak*

8 - 10 Ogos 2024 • *AUGUST 8 - 10th 2024*









▸ Jelajah Road To MAHA 2024 di Miri dan Lawas, Sarawak / *Road to MAHA 2024 Tour in Miri and Lawas, Sarawak*

27 OGOS 2024, *AUGUST 27th2024*







▸ Kursus Pengukuhan Mendepani Media di Dewan Bunga Raya, Ibu Pejabat FAMA disampaikan oleh Perunding Latihan, Tuan Sayed Munawar bin Sayed Mohd Mustar. / *Media Readiness Enhancement Course at Bunga Raya Hall, FAMA Headquarters, conducted by Training Consultant, Mr. Sayed Munawar bin Sayed Mohd Mustar*

5 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 5th 2024*









▸ Pelancaran Program Sambutan Bulan Malaysia Sihat Sejahtera 2024 Peringkat FAMA dirasmikan oleh Pengerusi FAMA, YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli di Ibu Pejabat FAMA / *Launch of the Malaysia Healthy and Well-Being Month 2024 Programme at FAMA officiated by the FAMA Chairman, YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli, at FAMA Headquarters*

23 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 23rd 2024*











▸ Clock In Ketua Setiausaha (KSU) Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM), YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak di Wisma Tani, Putrajaya / *Clock-In of the Secretary General (SG) of the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM), YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak, at Wisma Tani, Putrajaya*

11 - 22 SEPTEMBER 2024 • *September 11 - 22nd 2024*









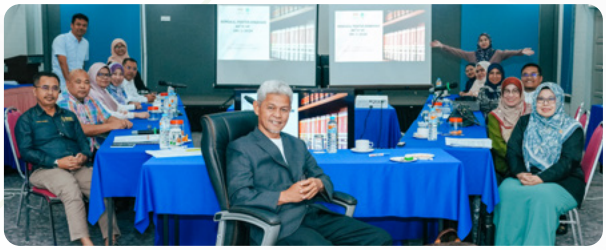


▸ Sambutan 100 Tahun Pameran Pertanian, Hortikultur dan Agro Pelancongan Malaysia 2024 (MAHA 2024) di Taman Ekspo Pertanian Malaysia (MAEPS), Serdang, Selangor / *100th Anniversary Celebration of the Malaysia Agriculture, Horticulture and Agrotourism Exhibition 2024 (MAHA 2024) at Malaysia Agriculture Expo Park (MAEPS), Serdang, Selangor*

29 SEPTEMBER 2024 • *SEPTEMBER 29th 2024*







▸ Bengkel Terjemahan Akta 141 FAMA Siri 2/2024 di Institut Latihan FAMA (ILF), Port Dickson, Negeri Sembilan
Workshop on the Translation of FAMA Act 141, Series 2/2024 at the FAMA Training Institute (ILF), Port Dickson, Negeri Sembilan

8 - 9 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 8-9th 2024*



▸ Taklimat Sistem Saraan Persaraan Awam (SSPA) bersama Bahagian Pengurusan Sumber Manusia (PSM) FAMA di Dewan Bunga Raya, Ibu Pejabat oleh Pengarah Kanan PSM, Puan Intan Suraya binti Ibeni Hajar / *Briefing on the Public Service Pension Scheme (SSPA) with FAMA's Human Resource Management Division (PSM) at Bunga Raya Hall, Headquarters, conducted by Senior Director of PSM, Puan Intan Suraya binti Ibeni Hajar*

12 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 12th 2024*



▸ Sambutan Hari Sukan Negara FAMA di Stadium Majlis Perbandaran Selayang (MPS), Bandar Baru Selayang
FAMA National Sports Day Celebration at Selayang Municipal Council (MPS) Stadium, Bandar Baru Selayang

14 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 14th 2024*



▸ Lawatan Ketua Setiausaha (KSU) Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan (KPKM), YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak ke Ibu Pejabat FAMA / *Visit of the Secretary-General (KSU) of the Ministry of Agriculture and Food Security (KPKM), YBhg. Datuk Seri Isham bin Ishak, to FAMA Headquarters*

19 OKTOBER 2024 • *OCTOBER 19th 2024*



▸ Karnival Jualan Agro Madani (JAM) di Pasar Tani Kekal (PTK), Palong 4,5,6, Jempol, Negeri Sembilan / *Agro Madani (JAM) Sales Carnival at the Permanent Farmers' Market (PTK), Palong 4, 5, 6, Jempol, Negeri Sembilan*

4-6 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 4 - 6th 2024*







▸ Sumbang Saran Strategi Pelaksanaan RMK-13 FAMA Bersama Pemain Industri bertempat di Hotel Swiss Garden, Bukit Bintang, Kuala Lumpur / *Input Session on 13MP Implementation Strategy by FAMA with Industry Players, held at Swiss Garden Hotel, Bukit Bintang, Kuala Lumpur*

26 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 26th 2024*









▸ Majlis Pelepasan Pengedaran Kit Bantuan Makanan Bencana Negara Monsun Timur Laut Tahun 2024/2025 oleh FAMA dan Agensi Pengurusan Bencana Negara (NADMA) di Kuala Selangor, Selangor / *Send-Off Ceremony for the Distribution of Disaster Relief Food Kits for the 2024/2025 Northeast Monsoon by FAMA and the National Disaster Management Agency (NADMA) in Kuala Selangor, Selangor*

30 NOVEMBER 2024 • *NOVEMBER 30th 2024*



Tik Tok Grand Final Live Streaming 2024 di Grand Banquet Hall, Residensi Hall UTMKL, Kuala Lumpur /
TikTok Grand Final Live Streaming 2024 at the Grand Banquet Hall, Residensi Hall UTMKL, Kuala Lumpur

10 DISEMBER 2024 • *DECEMBER 10th 2024*



▸ Program Promosi Durian di Parlimen / *Durian Promotion Programme at Parliament*

17 DISEMBER 2024 • *DECEMBER 17th 2024*



▸ Majlis Perasmian Cafe Kopiesatu di Hospital Cyberjaya disempurnakan oleh Pengerusi FAMA, YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli dan Pengarah Hospital Cyberjaya, Dr. Shahabuddin bin Ibrahim / *Official Launch of Cafe Kopiesatu at Cyberjaya Hospital, officiated by the FAMA Chairman, YBrs. Tuan Haji Aminuddin bin Zulkipli and the Director of Cyberjaya Hospital, Dr. Shahabuddin bin Ibrahim*

18 DISEMBER 2024 • *DECEMBER 18th 2024*









▸ Lawatan Ahli Lembaga Pengarah FAMA ke premis usahawan produk proses di Nilai, Negeri Sembilan / *FAMA Board of Directors' Visit to Processed Product Entrepreneur Premises in Nilai, Negeri Sembilan*

20 DISEMBER 2024 • *DECEMBER 20th 2024*








▸ Penutup Jualan Agro Madani (JAM) 2024 di Ibu Pejabat FAMA disempurnakan oleh Ketua Pengarah, YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri / *Closing of the Agro Madani (JAM) 2024 Sales at FAMA Headquarters, officiated by the Director-General, YBrs. Encik Abdul Rashid bin Bahri*

FAMA

LAPORAN & PENYATA KEWANGAN

Report & Financial Statements Year 2024

07

LAPORAN KEWANGAN
FINANCIAL REPORT

Laporan kewangan yang dinyatakan menunjukkan prestasi kewangan Kumpulan FAMA termasuk syarikat subsidiari iaitu FAMA Corporation Sdn. Bhd. dan Syarikat Mykopiesatu Sdn. Bhd.

The financial statements presented show the financial performance of the FAMA Group, including its subsidiaries, namely FAMA Corporation Sdn. Bhd. and Mykopiesatu Sdn. Bhd.

Penyata Kewangan Kumpulan FAMA berakhir 31 Disember 2024 menunjukkan jumlah pendapatan keseluruhan berjumlah RM432,131,481. Pendapatan tersebut terdiri daripada terimaan geran mengurus pemberian Kerajaan berjumlah RM164,300,300, geran pembangunan yang dilunaskan berjumlah RM141,214,573 melibatkan aktiviti jualan khidmat pemasaran berjumlah RM96,870,878, sewaan dan perkhidmatan berjumlah RM16,950,843 serta pendapatan lain berjumlah RM12,794,887.

The FAMA Group's Financial Statements for the year ended 31 December 2024 show total revenue of RM432,131,481. This revenue comprises operating grants from the Government amounting to RM164,300,300, disbursed development grants of RM141,214,573, income from marketing service sales of RM96,870,878, rental and service income of RM16,950,843, and other income of RM12,794,887.

Sepanjang tahun 2024, jumlah perbelanjaan keseluruhan Kumpulan FAMA adalah RM435,646,143. Pada akhir tahun kewangan semasa, Kumpulan FAMA mencatatkan kurangan atas pendapatan selepas cukai berjumlah RM4,465,526.

Throughout 2024, the FAMA Group's total expenditure amounted to RM435,646,143. At the end of the current financial year, the FAMA Group recorded a deficit of RM4,465,526 after tax.

Penyata Kewangan FAMA berakhir 31 Disember 2024 menunjukkan jumlah pendapatan keseluruhan berjumlah RM399,015,773. Varian pendapatan FAMA dan Kumpulan adalah sebanyak RM33,115,708 iaitu merujuk kepada jumlah pendapatan anak syarikat. Sepanjang tahun 2024, jumlah perbelanjaan FAMA berjumlah RM402,518,963. Varian perbelanjaan FAMA dan Kumpulan adalah sebanyak RM33,127,180 iaitu merujuk kepada jumlah perbelanjaan anak syarikat. Pada akhir tahun kewangan FAMA, penyata pendapatan menunjukkan kurangan atas pendapatan sebelum cukai berjumlah RM3,503,190. Sebahagian besar kurangan yang dicatatkan adalah disebabkan sekatan tunai bagi geran mengurus pemberian Kerajaan yang dikenakan berjumlah RM15,179,700.

The FAMA Financial Statements for the year ended 31 December 2024 show total revenue of RM399,015,773. The revenue variance between FAMA and the Group amounts to RM33,115,708, which refers to the total revenue of the subsidiaries. Throughout 2024, FAMA's total expenditure amounted to RM402,518,963. The expenditure variance between FAMA and the Group is RM33,127,180, referring to the total expenditure of the subsidiaries. At the end of the financial year, FAMA's income statement shows a deficit of RM3,503,190 before tax. The majority of this deficit was due to a cash restriction on operating grants from the Government amounting to RM15,179,700.

SIJIL KETUA AUDIT NEGARA
MENGENAI PENYATA KEWANGAN
LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN
BAGI TAHUN BERAKHIR 31 DISEMBER 2024

Sijil Mengenai Pengauditan Penyata Kewangan

Pendapat

Saya telah mengaudit Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan. Penyata kewangan tersebut merangkumi Penyata Kedudukan Kewangan pada 31 Disember 2024 Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan dan Penyata Prestasi Kewangan, Penyata Aliran Tunai, Penyata Perubahan Aset Bersih serta Penyata Perbandingan Bajet dan Sebenar bagi tahun berakhir pada tarikh tersebut dan nota kepada penyata kewangan termasuklah ringkasan polisi perakaunan yang signifikan seperti yang dinyatakan pada muka surat 1 hingga 36.

Pada pendapat saya, penyata kewangan ini memberikan gambaran yang benar dan saksama mengenai kedudukan kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan pada 31 Disember 2024 dan prestasi kewangan serta aliran tunai bagi tahun berakhir pada tarikh tersebut selaras dengan Piawaian Perakaunan Sektor Awam Malaysia (MPSAS) dan keperluan Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan 1965 [*Akta 141*].

Asas Kepada Pendapat

Pengauditan telah dilaksanakan berdasarkan Akta Audit 1957 dan International Standards of Supreme Audit Institutions. Tanggungjawab saya dihuraikan selanjutnya di perenggan Tanggungjawab Juruaudit Terhadap Pengauditan Penyata Kewangan dalam sijil ini. Saya percaya bahawa bukti audit yang diperoleh adalah mencukupi dan bersesuaian untuk dijadikan asas kepada pendapat saya.

Kebebasan dan Tanggungjawab Etika Lain

Saya adalah bebas daripada Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan serta telah memenuhi tanggungjawab etika lain berdasarkan International Standards of Supreme Audit Institutions.

Maklumat Lain Selain Daripada Penyata Kewangan dan Sijil Juruaudit Mengenainya

Lembaga Pengarah, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan bertanggungjawab terhadap maklumat lain dalam Laporan Tahunan. Pendapat saya terhadap Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan tidak meliputi maklumat lain selain daripada penyata kewangan dan Sijil Juruaudit mengenainya dan saya tidak menyatakan sebarang bentuk kesimpulan jaminan mengenainya.

Tanggungjawab Lembaga Pengarah Terhadap Penyata Kewangan

Lembaga Pengarah bertanggungjawab terhadap penyediaan Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan yang memberi gambaran benar dan saksama selaras dengan Piawaian Perakaunan Sektor Awam Malaysia (MPSAS) dan keperluan Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan 1965 [*Akta 141*]. Lembaga Pengarah juga bertanggungjawab terhadap penetapan kawalan dalaman yang perlu bagi membolehkan penyediaan Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan yang bebas daripada salah nyata yang ketara, sama ada disebabkan fraud atau kesilapan.

Semasa penyediaan Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan, Lembaga Pengarah bertanggungjawab untuk menilai keupayaan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan untuk beroperasi sebagai satu usaha berterusan, mendedahkannya jika berkaitan serta menggunakannya sebagai asas perakaunan.

Tanggungjawab Juruaudit Terhadap Pengauditan Penyata Kewangan

Objektif saya adalah untuk memperoleh keyakinan yang munasabah sama ada Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan secara keseluruhannya adalah bebas daripada salah nyata yang ketara, sama ada disebabkan fraud atau kesilapan, dan mengeluarkan Sijil Juruaudit yang merangkumi pendapat saya. Jaminan yang munasabah adalah satu tahap jaminan yang tinggi, tetapi bukan satu jaminan bahawa audit yang dijalankan mengikut International Standards of Supreme Audit Institutions akan sentiasa mengesan salah nyata yang ketara apabila ia wujud. Salah nyata boleh wujud daripada fraud atau kesilapan dan dianggap ketara sama ada secara individu atau agregat sekiranya boleh dijangkakan dengan munasabah untuk mempengaruhi keputusan ekonomi yang dibuat oleh pengguna berdasarkan penyata kewangan ini.

Sebagai sebahagian daripada pengauditan mengikut International Standards of Supreme Audit Institutions, saya menggunakan pertimbangan profesional dan mengekalkan keraguan profesional sepanjang pengauditan. Saya juga:

a. mengenal pasti dan menilai risiko salah nyata ketara dalam Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan, sama ada disebabkan fraud atau kesilapan, merangka dan melaksanakan prosedur audit yang responsif terhadap risiko berkenaan serta mendapatkan bukti audit yang mencukupi dan bersesuaian untuk memberikan asas kepada pendapat saya. Risiko untuk tidak mengesan salah nyata ketara akibat daripada fraud adalah lebih tinggi daripada kesilapan kerana fraud mungkin melibatkan pakatan, pemalsuan, ketinggalan yang disengajakan, representasi yang salah, atau mengatasi kawalan dalaman;

b. memahami kawalan dalaman yang relevan untuk merangka prosedur audit yang bersesuaian tetapi bukan untuk menyatakan pendapat mengenai keberkesanan kawalan dalaman Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan;

c. menilai kesesuaian dasar perakaunan yang diguna pakai, kemunasabahan anggaran perakaunan dan pendedahan yang berkaitan oleh Lembaga Pengarah;

d. membuat kesimpulan terhadap kesesuaian penggunaan asas perakaunan untuk usaha berterusan oleh Lembaga Pengarah dan berdasarkan bukti audit yang diperoleh, sama ada wujudnya ketidakpastian ketara yang berkaitan dengan peristiwa atau keadaan yang mungkin menimbulkan keraguan yang signifikan terhadap keupayaan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan atau Kumpulan sebagai satu usaha berterusan. Jika saya membuat kesimpulan bahawa ketidakpastian ketara wujud, saya perlu melaporkan dalam Sijil Juruaudit terhadap pendedahan yang berkaitan dalam Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan atau, jika pendedahan tersebut tidak mencukupi, pendapat saya akan diubah. Kesimpulan saya dibuat berdasarkan bukti audit yang diperoleh sehingga tarikh Sijil Juruaudit. Bagaimanapun, peristiwa atau keadaan pada masa hadapan berkemungkinan menyebabkan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan atau Kumpulan tidak lagi berupaya meneruskan operasi secara usaha berterusan;

e. menilai persembahan secara keseluruhan, struktur dan kandungan Penyata Kewangan Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Kumpulan, termasuk pendedahannya, dan sama ada penyata kewangan tersebut telah melaporkan asas-asas urus niaga dan peristiwa-peristiwa yang memberikan gambaran saksama; dan

f. mendapatkan bukti audit yang mencukupi dan bersesuaian berkaitan maklumat kewangan entiti dan aktiviti perniagaan dalam Kumpulan untuk memberikan pendapat terhadap Penyata Kewangan Kumpulan. Saya bertanggungjawab untuk hala tuju, pengawasan dan pelaksanaan pengauditan kumpulan. Saya hanya bertanggungjawab terhadap pendapat saya.

Lembaga Pengarah telah dimaklumkan, antaranya mengenai skop dan tempoh pengauditan yang dirancang serta penemuan audit yang signifikan termasuk kelemahan kawalan dalaman yang dikenal pasti semasa pengauditan.

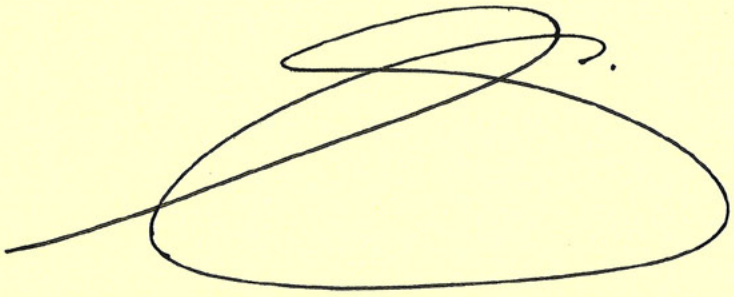
Laporan Mengenai Keperluan Perundangan dan Peraturan Lain

Berdasarkan keperluan Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan 1965 [*Akta 141*], saya juga melaporkan syarikat subsidiari yang tidak diaudit oleh saya, telah dinyatakan di Nota 33 dalam penyata kewangan.

Hal-hal Lain

Projek Dalam Pelaksanaan yang telah siap tidak dipermodalkan sebagai Hartanah, Loji dan Peralatan selepas Sijil Perakuan Siap Kerja diperoleh dan aset sedia digunakan. Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan hendaklah memastikan aset yang telah sedia digunakan dipermodalkan dan pengiraan susut nilai dibuat selaras dengan MPSAS 17.

Sijil ini dibuat untuk Lembaga Pengarah, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan berdasarkan keperluan Akta Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan 1965 [*Akta 141*] dan bukan untuk tujuan lain. Saya tidak bertanggungjawab terhadap pihak lain bagi kandungan sijil ini.





(DATO' SERI WAN SURAYA WAN MOHD RADZI)
KETUA AUDIT NEGARA
MALAYSIA

PUTRAJAYA
28 NOVEMBER 2025

PENYATA PENGERUSI DAN SEORANG AHLI LEMBAGA PENGARAH (AKAUN KUMPULAN)

Kami **AMINUDDIN BIN ZULKIPLI dan ABDUL RASHID BIN BAHRI** merupakan Pengerusi dan salah seorang Ahli Lembaga Pengarah **LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN (FAMA)** dengan ini menyatakan bahawa, pada pendapat Lembaga Pengarah, Penyata Kewangan yang mengandungi Penyata Kedudukan Kewangan, Penyata Prestasi Kewangan, Penyata Aliran Tunai, Penyata Perubahan Aset Bersih dan Penyata Perbandingan Bajet dan Sebenar yang berikut ini berserta dengan nota-nota kepada Penyata Kewangan di dalamnya, adalah disediakan untuk menunjukkan pandangan yang benar dan saksama berkenaan kedudukan **LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN (FAMA)** pada **31 Disember 2024** dan hasil kendaliannya serta perubahan kedudukan kewangannya bagi tahun berakhir pada tarikh tersebut.

Bagi pihak Lembaga,

.....

Nama : **AMINUDDIN BIN ZULKIPLI**
Gelaran : Pengerusi
Tarikh : 17 JUN 2025

.....

Nama : **ABDUL RASHID BIN BAHRI**
Gelaran : Ahli Lembaga Pengarah
Tarikh : 17 JUN 2025

Bertempat di Ibu Pejabat Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA)

PENGAKUAN OLEH PEGAWAI UTAMA YANG BERTANGGUNGJAWAB KE ATAS PENGURUSAN KEWANGAN LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN (FAMA)

Saya, **OMAR SHARAFY BIN MOHD YUSSOF**, pegawai utama yang bertanggungjawab ke atas pengurusan kewangan dan rekod-rekod perakaunan **LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN (FAMA)**, dengan ikhlasnya mengakui bahawa Penyata Kedudukan Kewangan, Penyata Prestasi Kewangan, Penyata Aliran Tunai, Penyata Perubahan Aset Bersih dan Penyata Perbandingan Bajet dan Sebenar dalam kedudukan kewangan yang berikut ini berserta dengan nota-nota kepada Penyata Kewangan di dalamnya mengikut sebaik-baik pengetahuan dan kepercayaan saya, adalah betul dan saya membuat ikrar ini dengan sebenarnya mempercayai bahawa ia adalah benar dan atas kehendak-kehendak Akta Akuan Berkanun, 1960.

Sebenarnya dan sesungguhnya)
diakui oleh penama di atas)
OMAR SHARAFY BIN MOHD YUSSOF)
di Mahkamah Selayang, Selangor)
pada.....17 JUN 2025.....)

Di hadapan saya,

PESURUHJAYA SUMPAH MALAYSIA
A-B 253
MAZLAH BINTI MAHRAJI
MAHKAMAH SELAYANG
01.07.2022-30.06.2025

PESURUHJAYA SUMPAH

Penyata Kedudukan Kewangan
Pada Tahun Berakhir 31 Disember 2024

	NOTA	KUMPULAN 2024 RM	KUMPULAN 2023 RM	FAMA 2024 RM	FAMA 2023 RM
ASET					
Aset Semasa					
Wang di Bank dan Runcit	3	49,551,631	44,816,076	47,918,932	42,209,373
Simpanan Jangka Pendek	4	96,755,350	146,863,382	96,755,350	146,863,382
Pinjaman Komputer dan Kenderaan	5	811,276	888,568	811,276	888,568
Penghutang Perniagaan dan Pelbagai	6	14,001,447	15,880,237	11,932,577	13,385,205
Penghutang Syarikat Subsidiari	7	-	-	1,471,926	2,043,623
Stok Perniagaan	8	6,902,406	8,109,030	3,148,985	2,614,002
Bayaran Terdahulu dan Pertaruhan Bayaran	9	2,283,680	2,369,935	2,283,680	2,369,935
Jumlah Aset Semasa		**170,305,790**	**218,927,228**	**164,322,727**	**210,374,088**
Aset Bukan Semasa					
Pinjaman Komputer dan Kenderaan	5	1,368,536	1,144,047	1,368,536	1,144,047
Pelaburan Dalam Syarikat Subsidiari	10	-	-	6,142,820	8,875,593
Pelaburan	11	137,500	137,500	-	-
Hartanah, Loji dan Peralatan	12	486,944,627	500,204,490	484,892,800	497,472,049
Aset Tak Ketara	13	4,598,789	2,565,541	4,598,789	2,565,541
Projek Dalam Pelaksanaan	14	17,684,559	11,168,481	17,684,559	11,168,481
Jumlah Aset Bukan Semasa		**510,734,012**	**515,220,059**	**514,687,505**	**521,225,711**
JUMLAH ASET		**681,039,801**	**734,147,287**	**679,010,232**	**731,599,799**
TOLAK : LIABILITI					
Liabiliti Semasa					
Pemiutang Perniagaan dan Pelbagai	15	35,229,445	36,253,446	32,893,088	33,861,285
Geran Pembangunan Tertunda	16	51,686,692	115,189,855	51,686,692	115,189,855
Liabiliti Sewa Beli	17	169,974	342,256	-	-
Pinjaman Bank	18	114,519	108,386	-	-
Peruntukan Cukai		1,010,999	1,688,081	1,010,999	1,688,081
Peruntukan Manfaat Kakitangan	19	1,249,378	2,048,831	1,249,378	2,048,831
Jumlah Liabiliti Semasa		**89,461,006**	**155,630,855**	**86,840,156**	**152,788,052**
Liabiliti Bukan Semasa					
Liabiliti Sewa Beli	17	14,957	184,931	-	-
Pinjaman Bank	18	1,048,683	1,163,202	-	-
Peruntukan Manfaat Kakitangan	19	21,029,532	20,656,151	21,029,532	20,656,151
Jumlah Liabiliti Bukan Semasa		**22,093,172**	**22,004,284**	**21,029,532**	**20,656,151**
Jumlah Liabiliti		**111,554,179**	**177,635,139**	**107,869,689**	**173,444,203**
ASET BERSIH		**569,485,623**	**556,512,148**	**571,140,543**	**558,155,596**
DIBIAYAI OLEH :					
AKAUN-AKAUN TERKUMPUL					
Akaun Mengurus	20	(6,414,677)	(382,301)	(6,414,677)	(382,301)
Akaun Pembangunan	21	481,426,727	483,010,787	481,426,727	483,010,787
Akaun Perniagaan	22	73,914,142	56,833,811	74,692,685	57,605,930
Akaun Pembangunan Usahawan	23	18,485,808	14,971,180	18,485,808	14,971,180
Akaun Pinjaman Komputer		450,000	450,000	450,000	450,000
Akaun Pinjaman Kenderaan		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
		570,362,000	**557,383,477**	**571,140,543**	**558,155,596**
Kepentingan Minoriti		(876,377)	(871,329)	-	-
		569,485,623	**556,512,148**	**571,140,543**	**558,155,596**

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Penyata Prestasi Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

	NOTA	KUMPULAN		FAMA	
		2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Hasil Urusniaga Bukan Pertukaran	24	308,755,683	282,852,763	308,755,683	282,852,763
Hasil Urusniaga Pertukaran	25	123,375,798	106,295,527	90,260,090	69,587,058
		432,131,481	389,148,290	399,015,773	352,439,821
Perbelanjaan	26	(435,646,143)	(360,820,780)	(402,518,963)	(324,104,870)
Lebihan/(Kurangan) Pendapatan Sebelum Cukai	27	(3,514,662)	28,327,510	(3,503,190)	28,334,951
Cukai	28	(873,623)	(763,646)	(873,623)	(763,646)
Zakat		(77,241)	(55,234)	(77,241)	(55,234)
Lebihan/(Kurangan) Pendapatan Selepas Cukai		(4,465,526)	27,508,630	(4,454,054)	27,516,071
Agihan Keuntungan Kepada:					
Entiti mengawal		(4,460,478)	27,511,904	(4,454,054)	27,516,071
Kepentingan Minoriti		(5,048)	(3,274)	-	-
Lebihan/ (Kurangan) Pendapatan Tahun Semasa		(4,465,526)	27,508,630	(4,454,054)	27,516,071

Nota-Nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Penyata Aliran Tunai
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

	KUMPULAN		FAMA	
	2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI OPERASI				
Lebihan Sebelum Cukai dan Zakat	(3,514,662)	28,327,510	(3,503,190)	28,334,951
Pelarasan Bukan Tunai:				
Hasil Daripada Geran	(164,300,300)	(175,025,000)	(164,300,300)	(175,025,000)
Pemberian Geran Kerajaan (Dana Khas Ditindik)	-	(2,713,624)	-	(2,713,624)
Pelunasan Geran	(141,214,573)	(102,013,162)	(141,214,573)	(102,013,162)
Hapuskira Aset	-	450	-	-
Peruntukan Rosotnilai Pelaburan	-	-	3,532,773	2,111,899
Susutnilai Hartanah, Loji & Peralatan	20,877,882	20,619,961	20,262,818	19,929,449
Pelunasan Aset Tak Ketara	1,767,419	935,847	1,767,419	935,847
(Keuntungan)/Kerugian Pelupusan Aset	9,737,361	(422,351)	9,625,718	(444,537)
Peruntukan Manfaat Kakitangan	2,048,831	2,694,638	2,048,831	2,694,638
Perbelanjaan Faedah	129,898	118,759	-	-
Rosotnilai Aset Kewangan	78,621	323,157	78,621	323,157
Peruntukan Hutang Ragu	173	(191,169)	-	-
Peruntukan Rosotnilai Stok	(224,271)	(1,523,284)	(467,831)	(1,523,284)
Rosotnilai oleh Jumlah Terhutang dari Syarikat Induk	-	217,830	-	-
Hasil daripada Faedah	(3,713,694)	(3,185,723)	(3,712,668)	(3,182,075)
Kerugian Sebelum Perubahan Modal Kerja	**(278,327,314)**	**(231,836,161)**	**(275,882,381)**	**(230,571,741)**
Perubahan Dalam Modal Kerja;				
Pergerakan Bersih Inventori	1,430,895	2,890,049	(67,152)	2,265,654
Pergerakan Bersih Penghutang	1,807,222	(3,872,813)	1,374,008	(4,048,589)
Pergerakan Bersih Penghutang Subsidiari	-	-	571,697	(733,893)
Pergerakan Bersih Pendahuluan & Pinjaman Kakitangan	(60,942)	495,016	(60,942)	495,016
Pergerakan Bersih Pemiutang	16,921,556	16,704,311	16,977,361	17,646,859
Tunai Yang Telah Digunakan Dalam Aktiviti Operasi	**(258,228,584)**	**(215,619,598)**	**(257,087,410)**	**(214,946,694)**
Pembayaran Zakat	(77,241)	(55,234)	(77,241)	(55,234)
Pembayaran Manfaat Kakitangan	(2,474,903)	(1,700,055)	(2,474,903)	(1,700,055)
Pembayaran Cukai	(1,594,056)	(1,404,824)	(1,550,706)	(1,357,737)
Penerimaan Bayaran Balik Cukai	36,126	208,250	-	-
Pembayaran Faedah	(129,898)	(118,759)	-	-
Aliran Tunai Bersih Digunakan Dalam Aktiviti Operasi	**(262,468,555)**	**(218,690,220)**	**(261,190,260)**	**(218,059,720)**

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Penyata Aliran Tunai (sambungan)
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

	NOTA	KUMPULAN		FAMA	
		2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI PELABURAN					
Penerimaan Faedah		3,713,694	3,185,723	3,712,668	3,182,075
Pembelian Hartanah, Loji & Peralatan	12	(20,197,515)	(15,581,938)	(20,151,422)	(13,831,521)
Pembelian Aset Tak Ketara	13	(3,248,673)	(450,000)	(3,248,673)	(450,000)
Penambahan Projek Dalam Perlaksanaan	14	(12,152,107)	(7,313,932)	(12,152,107)	(7,313,932)
Hasil Penjualan Hartanah, Loji & Peralatan		7,419,614	444,560	7,419,614	444,560
Penambahan Pelaburan Dalam Syarikat Subsidiari		-	-	(800,000)	-
Aliran Tunai Bersih Daripada Aktiviti Pelaburan		**(24,464,989)**	**(19,715,587)**	**(25,219,922)**	**(17,968,818)**
ALIRAN TUNAI DARI AKTIVITI PEMBIAYAAN					
Penerimaan Geran Daripada Kerajaan		242,011,709	291,684,089	242,011,709	291,684,089
Pembayaran Kepada Pemiutang Sewa Beli		(342,256)	(352,784)	-	-
Penerimaan Kemudahan Bank		-	1,350,000	-	-
Bayaran Balik Kemudahan Bank		(108,386)	(78,412)	-	-
Tunai Bersih Daripada Aktiviti Pembiayaan		**241,561,067**	**292,602,893**	**242,011,709**	**291,684,089**
Pergerakan Bersih dalam Tunai & Kesetaraan Tunai		**(45,372,477)**	**54,197,086**	**(44,398,473)**	**55,655,551**
Tunai & Kesetaraan Tunai:					
Pada Awal Tahun		191,679,458	137,482,372	189,072,755	133,417,204
Pada Akhir Tahun		**146,306,981**	**191,679,458**	**144,674,282**	**189,072,755**
TUNAI & KESETARAAN TUNAI;	29				
Simpanan Tetap dengan institusi kewangan	4	96,755,350	146,863,382	96,755,350	146,863,382
Wang Di Bank & Runcit	3	49,551,631	44,816,076	47,918,932	42,209,373
JUMLAH		**146,306,981**	**191,679,458**	**144,674,282**	**189,072,755**

Nota-Nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Penyata Perubahan Aset Bersih
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

KUMPULAN	Disebabkan oleh Pemilik Entiti Yang Mengawal							
	Akaun Mengurus	Akaun Pembangunan	Akaun Perniagaan	Akaun Pembangunan Usahawan	Akaun Pinjaman Komputer	Akaun Pinjaman Kenderaan	Kepentingan Minoriti	JUMLAH
	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Dana Terkumpul Pada 1 Januari 2023								
Seperti Yang Dilaporkan Dahulu	(4,054,158)	469,624,767	48,459,034	11,813,329	450,000	2,500,000	(868,055)	527,924,917
Pelarasan Tahun Lepas	-	-	-	-	-	-	-	-
Seperti Yang Dinyatakan Semula	(4,054,158)	469,624,767	48,459,034	11,813,329	450,000	2,500,000	(868,055)	527,924,917
Lebihan/(Kurangan) Bagi Tahun	3,671,857	23,927,422	(2,145,226)	2,057,851	-	-	(3,274)	27,508,630
Pindahan Wang Kepada/ Daripada	-	(10,541,402)	10,541,402	-	-	-	-	-
Pelarasan	-	-	(21,399)	1,100,000	-	-	-	1,078,601
	3,671,857	13,386,020	8,374,777	3,157,851	-	-	(3,274)	28,587,231
Dana Terkumpul Pada 31 Disember 2023	(382,301)	483,010,787	56,833,811	14,971,180	450,000	2,500,000	(871,329)	556,512,148
Pelarasan Tahun Lepas	-	-	-	-	-	-	-	-
Seperti Yang Dinyatakan Semula	(382,301)	483,010,787	56,833,811	14,971,180	450,000	2,500,000	(871,329)	556,512,148
Lebihan (Kurangan) Bagi Tahun	(11,117,249)	3,048,133	269,286	3,339,352	-	-	(5,048)	(4,465,526)
Tambahan Modal	-	-	17,439,002	-	-	-	-	17,439,002
Pindahan Wang Kepada/Daripada	5,084,873	(4,632,192)	(627,957)	175,276	-	-	-	-
Pelarasan	-	-	-	-	-	-	-	-
	(6,032,376)	(1,584,060)	17,080,331	3,514,628	-	-	(5,048)	12,973,475
Dana Terkumpul Pada 31 Disember 2024	(6,414,677)	481,426,727	73,914,142	18,485,808	450,000	2,500,000	(876,377)	569,485,623

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Penyata Perubahan Aset Bersih
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

FAMA	Akaun Mengurus RM	Akaun Pembangunan RM	Akaun Perniagaan RM	Akaun Pembangunan Usahawan RM	Akaun Pinjaman Komputer RM	Akaun Pinjaman Kenderaan RM	Kepentingan Minoriti RM	JUMLAH RM
Dana Terkumpul Pada 1 Januari 2023	(4,054,158)	469,624,767	49,226,986	11,813,329	450,000	2,500,000	-	529,560,924
Pelarasan Tahun Lepas	-	-	-	-	-	-	-	-
Seperti Yang Dinyatakan Semula	(4,054,158)	469,624,767	49,226,986	11,813,329	450,000	2,500,000	-	529,560,924
Lebihan/(Kurangan) Bagi Tahun	3,671,857	23,927,422	(2,141,059)	2,057,851	-	-	-	27,516,071
Pindahan Wang Kepada/ Daripada	-	(10,541,402)	10,541,402	-	-	-	-	-
Pindahan Wang Antara Bank	-	-	-	-	-	-	-	-
Pelarasan	-	-	(21,399)	1,100,000	-	-	-	1,078,601
	3,671,857	13,386,020	8,378,944	3,157,851	-	-	-	28,594,672
Dana Terkumpul Pada 31 Disember 2023	(382,301)	483,010,787	57,605,930	14,971,180	450,000	2,500,000	-	558,155,596
Pelarasan Tahun Lepas	-	-	-	-	-	-	-	-
Seperti Yang Dinyatakan Semula	(382,301)	483,010,787	57,605,930	14,971,180	450,000	2,500,000	-	558,155,596
Lebihan/(Kurangan) Bagi Tahun	(11,117,249)	3,048,133	275,710	3,339,352	-	-	-	(4,454,054)
Tambahan Modal	-	-	17,439,002		-	-	-	17,439,002
Pindahan Wang Kepada/ Daripada	5,084,873	(4,632,192)	(627,957)	175,276	-	-	-	-
	(6,032,376.07)	(1,584,060)	17,086,755	3,514,628	-	-	-	12,984,947.71
Dana Terkumpul Pada 31 Disember 2024	(6,414,677)	481,426,727	74,692,685	18,485,808	450,000	2,500,000	-	571,140,543

Nota-Nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Penyata Perbandingan Bajet dan Sebenar
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

	NOTA	Bajet Asal	Amaun Belanja Sebenar	Perbezaan Bajet dan Amaun Belanja Sebenar
	30	2024	2024	2024
		RM	RM	RM
Gaji dan Upahan		85,840,000	85,018,507	821,493
Elaun Tetap		25,100,000	24,184,387	915,613
Sumbangan Berkanun		14,260,000	14,881,255	(621,255)
Elaun Lebih Masa		1,700,000	1,608,001	91,999
Faedah Kewangan Lain		500,000	435,595	64,405
Elaun Bantuan Khas		-	1,558,535	(1,558,535)
Jumlah Emolumen		**127,400,000**	**127,686,281**	**(286,281)**
Perjalanan dan Sara Hidup		3,353,500	3,304,201	49,299
Pengangkutan Barang - Barang		146,000	144,667	1,333
Perhubungan dan Utiliti		9,065,000	8,998,820	66,180
Sewaan		6,604,640	6,578,235	26,405
Bekalan Bahan Mentah dan Bahan Untuk Penyelenggaraan & Pembaikan		1,200,000	953,147	246,853
Bekalan dan Bahan - Bahan Lain		4,705,180	4,323,790	381,390
Penyelenggaraan Bangunan Pejabat		6,685,200	6,538,864	146,336
Perkhidmatan Ikhtisas dan Lain - Lain		13,381,660	13,081,497	300,163
Jumlah Perkhidmatan dan Bekalan		**45,141,180**	**43,923,221**	**1,217,959**
Kenderaan Penumpang		980,000	980,000	-
Jumlah Aset		**980,000**	**980,000**	-
Gantian Cuti Rehat		1,409,000	1,249,378	159,622
Pemberian Lain		**1,409,000**	**1,249,378**	**159,622**
Bayaran - Bayaran Lain		4,549,820	4,213,043	336,777
Jumlah Bayaran - Bayaran Lain		**4,549,820**	**4,213,043**	**336,777**
JUMLAH PERUNTUKAN ASAL MENGURUS		**179,480,000**	**178,051,923**	**1,428,077**
JUMLAH PERUNTUKAN ASAL		**179,480,000**	-	-
TOLAK : JUMLAH SEKATAN		**15,179,700**	-	-
JUMLAH PERUNTUKAN SELEPAS SEKATAN		**164,300,300**	**178,051,923**	**(13,751,623)**

Nota-Nota Yang Dilampirkan Merupakan Sebahagian Daripada Penyata Kewangan Ini

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

1. KEGIATAN UTAMA

Kegiatan utama Lembaga sepanjang tahun kewangan adalah untuk menyelia, menyelaras, mengawal selia dan memajukan pemasaran keluaran pertanian di Malaysia. Ini termasuklah pengimportan dan pengeksportan keluaran pertanian, mengadakan kemudahan-kemudahan kredit bagi pemasaran tersebut dan perkara-perkara bersangkutan dengannya. Kegiatan utama tersebut meliputi program-program berikut:

a. Khidmat Pemasaran Urusniaga
b. Digital Agrofood Marketing (Digifood)
c. Kajian Risikan Pasaran
d. Galakan Pasaran
e. Pakej Pembekalan AgroXport (Segar & Proses)
f. Pakej Pengukuhan Pasaran Mikro & Sederhana Industri Asas Tani
g. Pembangunan Usahawan Perintis
h. Program Pemberdayaan Pemasaran Agromakanan
i. Program Pengukuhan
j. Pengukuhan Institusi Peruncitan
k. Pengukuhan Rangkaian Peruncitan Pasar Tamu di Sabah dan Sarawak
l. Pengukuhan Pemasaran Online

Semua aktiviti Lembaga di sepanjang rantaian di atas merupakan tanggungjawab sosial dan pembangunan pemasaran.

Manakala kegiatan utama syarikat subsidiari sepanjang tahun kewangan adalah memasarkan produk keluaran hasil-hasil pertanian, barangan makanan proses, barangan produk pengguna, peruncitan dan pengeluaran produk berasaskan kopi.

Penyata Kewangan FAMA telah diluluskan oleh Lembaga Pengarah melalui Mesyuarat Khas Lembaga Pengarah FAMA bertarikh 17 Jun 2025.

Penyata kewangan bagi setiap entiti di dalam Kumpulan diterjemahkan menggunakan mata wang fungsian, iaitu mata wang utama yang digunakan dalam operasi entiti. Mata wang fungsian agensi adalah Ringgit Malaysia di mana urusan jualan dan belian biasanya menggunakan Ringgit Malaysia, penerimaan daripada operasi dan dana daripada aktiviti kewangan dijana dalam Ringgit Malaysia.

Penyata Kewangan disatukan ini disediakan menggunakan mata wang Ringgit Malaysia (RM), sebagai mata wang fungsian dan mata wang pelapor bagi Kumpulan.

2. ASAS PENYEDIAAN PENYATA KEWANGAN

Penyata kewangan disatukan disedia berdasarkan kepada Piawaian Perakaunan Sektor Awam Malaysia (MPSAS) seperti yang diarahkan oleh Kementerian Kewangan Malaysia. Penyata kewangan disatukan telah disediakan berdasarkan kepada kos sejarah selain yang dinyatakan secara berasingan. Asas-asas penyediaan bagi penyata kewangan disatukan adalah seperti di bawah:

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2. ASAS PENYEDIAAN PENYATA KEWANGAN (SAMBUNGAN)

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING

a. Penyatuan

Penyatuan penyata kewangan merangkumi penyata kewangan induk dan penyata kewangan syarikat subsidiari. Syarikat subsidiari adalah entiti yang dikawal oleh entiti induk. Kawalan wujud apabila entiti induk mempunyai kuasa untuk mengawal polisi kewangan dan operasi syarikat subsidiari dan memperolehi manfaat daripadanya. Pelaburan dalam syarikat subsidiari diakaunkan pada nilai kos tolak kerugian penjejasan terkumpul di dalam penyata kewangan syarikat secara berasingan.

Penyata kewangan disatukan disediakan menggunakan polisi perakaunan yang seragam bagi urusniaga dan peristiwa dalam keadaan yang sama. Kepentingan tak mengawal ditunjukkan di dalam ekuiti dalam penyata kewangan disatukan, berasingan daripada ekuiti pemilik kepada entiti induk. Kepentingan tak mengawal juga ditunjukkan secara berasingan dalam penyata prestasi kewangan disatukan.

Semua baki dalam Kumpulan, transaksi, termasuk pendapatan dan perbelanjaan dihapuskan. Penyata kewangan disatukan hanya menunjukkan transaksi dengan pihak ketiga sahaja.

b. Pengiktirafan Hasil

Hasil Daripada Urusniaga Bukan Pertukaran

i) Geran, Denda, Lesen Dan Permit

Kumpulan mengiktiraf hasil daripada geran, denda, lesen dan permit apabila ianya berlaku dan kriteria pengiktirafan aset dipenuhi. Jika terdapat sesuatu syarat atau kondisi berkaitan penerimaan hasil yang memerlukan pembayaran daripada penerimaan hasil tersebut setelah sesuatu syarat atau kondisi itu dipenuhi, geran tertunda perlu diiktiraf sebaliknya.

Hasil daripada urusniaga bukan pertukaran yang lain diiktiraf apabila manfaat ekonomi masa hadapan atau potensi perkhidmatan berkaitan aset tersebut akan mengalir kepada entiti dan akan dinilaikan pada nilai saksama.

ii) Geran Mengurus

Geran kerajaan yang tidak dikenakan syarat-syarat atau kondisi masa hadapan yang tertentu seperti geran mengurus akan terus diiktiraf sebagai hasil.

iii) Geran Pembangunan

Geran kerajaan yang dikenakan syarat-syarat prestasi masa depan tertentu seperti geran pembangunan diiktiraf sebagai geran tertunda dan dilunaskan mengikut perbelanjaan projek yang telah siap, aset yang dibeli dan belanja pakai habis.

Mengikut MPSAS 23, geran kerajaan yang dikenakan syarat-syarat prestasi masa depan tertentu hendaklah diiktiraf sebagai liabiliti di dalam penyata kedudukan kewangan pada nilai terbaik amaun yang diperlukan untuk menyelesaikan obligasi kini pada tarikh pelaporan.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

b. Pengiktirafan Hasil (Sambungan)

Hasil Daripada Urusniaga Pertukaran

i) Jualan Barang

Hasil daripada jualan barang diiktiraf apabila risiko dan manfaat pemilikan barang tersebut telah dipindah daripada pembeli biasanya setelah barang itu dihantar dan hasil boleh diukur dengan tepat dan terdapat manfaat ekonomi dan potensi perkhidmatan berkaitan dengan transaksi akan mengalir kepada Kumpulan.

ii) Sewaan Barang, Sewaan Tapak, Lot Perniagaan, Lot Pejabat Dan Bangunan

Hasil sewa akan diiktiraf atas asas akruan berdasarkan syarat perjanjian penyewaan.

iii) Faedah Diterima

Hasil faedah daripada pelaburan, simpanan tetap dan simpanan semasa diiktiraf atas asas akruan.

c. Cukai

Perbelanjaan cukai diiktiraf sebagai untung atau rugi dalam penyata prestasi kewangan. Cukai boleh dibayar atas untung boleh cukai bagi tempoh semasa dan ke belakang diiktiraf sebagai liabiliti cukai semasa sehingga ianya dibayar.

Jika jumlah cukai yang dibayar melebihi jumlah cukai bagi tempoh semasa dan ke belakang, lebihan itu diiktiraf sebagai aset cukai semasa.

Aset dan liabiliti cukai semasa diukur pada nilai yang dijangka untuk dibayar atau dituntut, menggunakan kadar cukai dan undang-undang yang termaktub bagi tahun kewangan tersebut.

Pelaksanaan Cukai Jualan Perkhidmatan (CJP) berkuatkuasa pada 1 September 2018 selepas pemansuhan Akta CBP 2014, FAMA tidak terkecuali dan dikehendaki mematuhi Akta CJP 2018 bagi transaksi yang melibatkan pengeluaran produk pengilangan.

d. Hartanah, loji dan peralatan

Hartanah, loji dan peralatan dinyatakan pada kos setelah ditolak susutnilai terkumpul dan rosotnilai terkumpul, jika ada. Kos termasuk semua kos langsung yang terlibat untuk membawa aset tersebut ke lokasi dan kos bagi membolehkannya beroperasi dalam cara yang dikehendaki oleh pihak pengurusan. Apabila terdapat bahagian penting daripada hartanah, loji dan peralatan perlu diganti, bahagian aset tersebut akan diiktiraf sebagai aset dengan kadar susutnilai yang berasingan.

Pembelian harta modal bernilai RM2,000 dan ke atas bagi setiap unit akan dipermodalkan kecuali bagi perabot, hamparan, perhiasan yang tidak memerlukan penyelenggaraan berjadual.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

d. Hartanah, loji dan peralatan (sambungan)

Susutnilai hartanah, loji dan peralatan dikira mengikut kaedah garis lurus berdasarkan jangkaan hayat aset berkenaan. Kadar susutnilai tahunan adalah seperti berikut:

Alat dan Mesin	20%
Alatan Pejabat	20%
Bangunan	2.5%
Ubahsuai Bangunan	2.0%
Ubahsuai Bangunan Sewa	mengikut tempoh sewaan
Gerai	20%
Jentera	20%
Kenderaan	20%
Kolam Ikan	50%
Komputer	20%
Pusat Pengumpulan Ladang (PPL)	10%
Tanah Pajakan	mengikut tempoh tahun pajakan
Tangki Minyak	7.5%

Susutnilai tidak diperuntukkan bagi tanah pegangan kekal dan kerja dalam pembinaan.

Jika terdapat tanda perubahan ketara pada aset, nilai sisa dan tempoh berguna akan disemak dan dilaras secara prospektif sekiranya perlu.

Kumpulan menyahiktiraf item hartanah, loji, dan peralatan dan/atau bahagian penting daripada aset semasa pelupusan atau apabila tiada manfaat ekonomi masa hadapan atau potensi perkhidmatan yang dijangka daripada penggunaannya.

Keuntungan atau kerugian daripada nyahiktiraf aset tersebut (ditentukan daripada perbezaan penerimaan bersih pelupusan dengan nilai aset dibawa) diambilkira sebagai keuntungan atau kerugian di dalam penyata prestasi kewangan.

e. Aset tak ketara

Aset tak ketara diiktiraf apabila ia terdapat kemungkinan bahawa manfaat ekonomi masa hadapan atau potensi perkhidmatan akan mengalir kepada entiti dan kos atau nilai saksama aset diukur dengan pasti.

Aset tak ketara diambilalih secara berasingan adalah diukur pada kos pada awalnya manakala aset yang diperolehi melalui urusniaga bukan pertukaran akan diukur berdasarkan nilai saksama pada tarikh perolehan.

Aset tak ketara diukur pada kos ditolak sebarang pelunasan terkumpul dan kerugian rosotnilai terkumpul. Pelunasan aset tak ketara adalah berdasarkan jangka hayat 5 tahun.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

f. Rosotnilai aset bukan kewangan

i) Rosotnilai aset penjanaan tunai

Pada tarikh penyata kewangan, Kumpulan akan menyemak sekiranya terdapat petunjuk terhadap kemerosotan nilai aset. Jika terdapat petunjuk kemerosotan nilai atau apabila ujian kemerosotan nilai aset diperlukan, Kumpulan menganggar nilai boleh pulih aset tersebut. Nilai boleh pulih aset adalah nilai tertinggi antara nilai saksama tolak kos untuk dijual dan nilai sedang digunakan.

Apabila nilai bawaan aset melebihi nilai boleh pulih aset, rosotnilai aset telah berlaku dan aset tersebut perlu diiktiraf mengikut nilai boleh pulih.

Untuk menentukan nilai boleh pulih aset, anggaran aliran tunai masa depan didiskaunkan atas nilai semasa menggunakan kadar sebelum cukai untuk menggambarkan kadar pasaran nilai semasa wang dan risiko ke atas aset tersebut.

Untuk menentukan nilai saksama tolak kos untuk dijual, transaksi pasaran terkini diambilkira, jika ada. Jika tiada, model penilaian yang sesuai akan digunakan. Kerugian rosotnilai bagi stok diiktiraf di dalam penyata prestasi kewangan.

Nilai boleh pulih perkhidmatan aset adalah nilai tertinggi antara nilai saksama tolak kos untuk dijual dan nilai sedang digunakan.

ii) Rosotnilai aset bukan penjanaan tunai

Kumpulan menyemak sekiranya terdapat petunjuk kemerosotan nilai aset bukan penjanaan tunai pada setiap tarikh penyata kewangan. Jika terdapat petunjuk kemerosotan nilai atau apabila ujian kemerosotan nilai aset diperlukan, Kumpulan menganggar nilai boleh pulih.

Apabila nilai bawaan aset melebihi nilai boleh pulih perkhidmatan aset, rosotnilai aset telah berlaku dan aset tersebut perlu diiktiraf mengikut nilai boleh pulih perkhidmatan.

Untuk menentukan nilai boleh pulih perkhidmatan aset, Kumpulan menggunakan kaedah pendekatan kos penggantian disusutnilai. Berdasarkan kaedah ini, nilai semasa bagi baki potensi perkhidmatan aset dikira sebagai kos penggantian aset disusutnilai. Kos penggantian yang disusutnilai dikira berdasarkan nilai yang terendah antara kos menghasilkan semula atau kos untuk menggantikannya, tolak susutnilai terkumpul yang dikira atas kos tersebut bagi menggambarkan baki potensi perkhidmatan aset yang telah luput atau terpakai.

Untuk menentukan nilai saksama tolak kos untuk dijual, harga aset seperti dalam perjanjian yang berkaitan, dilaraskan bagi mengambilkira kos tambahan bagi pelupusan aset tersebut. Jika tiada ikatan perjanjian, tetapi aset aktif diniagakan di pasaran, nilai saksama tolak kos aset untuk dijual adalah nilai pasaran aset tolak kos pelupusan aset. Jika tiada ikatan perjanjian dan pasaran aktif bagi aset tersebut, Kumpulan akan menentukan nilai saksama tolak kos untuk dijual melalui kaedah terbaik berdasarkan maklumat yang ada.

Bagi setiap aset, semakan dibuat pada setiap tarikh penyata kewangan sama ada terdapat petunjuk bahawa nilai rosotnilai yang telah diiktiraf masih wujud atau telah berkurangan. Jika terdapat sebarang petunjuk, Kumpulan menganggar nilai boleh pulih perkhidmatan bagi aset tersebut.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

f. Rosotnilai aset bukan kewangan (sambungan)

Nilai rosotnilai yang telah diiktiraf sebelum ini akan dibalikkan sekiranya terdapat perubahan terhadap cara menentukan nilai boleh pulih perkhidmatan bagi aset sejak kali terakhir pengiktirafan rosotnilai bagi aset tersebut dibuat.

Nilai untuk dibalikkan adalah terhad supaya nilai bawaan aset tidak melebihi nilai boleh pulih perkhidmatan atau nilai bawaan aset tolak susutnilai terkumpul tanpa pengiktirafan rosotnilai pada tahun sebelumnya. Nilai dibalikkan ini direkodkan sebagai lebihan atau kurangan.

g. Aset Kewangan

Aset kewangan diiktiraf dalam penyata kedudukan kewangan apabila Kumpulan atau agensi menjadi pihak dalam peruntukan kontrak instrumen.

Semasa pengiktirafan awal, aset kewangan dinilaikan pada harga urusniaga, termasuk kos urusniaga untuk aset kewangan tidak diukur pada nilai saksama menerusi keuntungan atau kerugian, melainkan perjanjian terbentuk, yang memberi kesan terhadap transaksi kewangan bagi pihak berlawanan dalam perjanjian.

Selepas pengiktirafan awal, aset kewangan dikelaskan kepada salah satu daripada tiga kategori iaitu aset kewangan diukur pada nilai saksama menerusi keuntungan atau kerugian, aset kewangan merupakan instrumen hutang diukur pada kos dilunaskan dan aset kewangan merupakan instrumen ekuiti diukur pada kos ditolak rosotnilai.

Aset kewangan adalah dikelaskan sebagai nilai saksama menerusi keuntungan atau kerugian apabila aset kewangan adalah dalam skop MPSAS 29 atau jika aset kewangan diniagakan secara awam atau nilai saksamanya boleh diukur dengan pasti tanpa kos atau usaha yang tidak wajar. Perbezaan nilai saksama diiktiraf sebagai untung atau rugi.

i) Perubahan dalam nilai saksama diiktiraf sebagai keuntungan atau kerugian

Jika nilai saksama bagi instrumen ekuiti yang tidak diniagakan secara awam tidak dapat diperolehi dengan tepat tetapi diukur pada nilai saksama melalui keuntungan atau kerugian, nilai saksama pada tarikh terakhir instrumen tersebut boleh dinilai dengan tepat dianggap sebagai kos instrumen, dan ia diukur pada kos ini ditolak rosotnilai sehingga nilai saksama yang tepat boleh diperolehi.

ii) Aset kewangan merupakan instrumen hutang diukur pada kos dilunaskan

Selepas pengiktirafan awal, instrumen hutang diukur pada kos dilunaskan menggunakan kaedah faedah berkesan. Instrumen hutang yang dikelaskan sebagai aset semasa diukur dengan amaun tunai yang tidak didiskaunkan atau pertimbangan lain yang dijangka boleh diterima.

Kaedah faedah berkesan adalah kaedah untuk mengira kos pelunasan aset kewangan dan peruntukan pendapatan faedah ke atas tempoh berkaitan.

Kadar faedah berkesan adalah kadar diskaun anggaran penerimaan tunai masa hadapan yang tepat menerusi jangka hayat aset kewangan atau apabila sesuai, dalam tempoh yang lebih singkat, dengan amaun bawaan aset kewangan.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

g. Aset Kewangan (Sambungan)

iii) Aset kewangan merupakan instrumen ekuiti diukur pada kos ditolak rosotnilai

Instrumen ekuiti yang tidak diniagakan secara awam dan di mana nilai saksama tidak boleh diperoleh dengan tepat tanpa kos atau usaha yang tidak wajar, dan kontrak yang berhubung dengan instrumen tersebut, jika dilaksanakan, akan menyebabkan pelaksanaan instrumen tersebut, diukur pada kos ditolak rosotnilai.

iv) Rosotnilai aset kewangan

Pada akhir tempoh pelaporan, Kumpulan akan menilai sama ada terdapat sebarang bukti objektif bahawa aset kewangan perlu untuk dirosotnilai.

iv) Rosotnilai aset kewangan (Sambungan)

Bukti objektif adalah termasuk hutang tertunggak melebihi setahun, kesukaran kewangan yang ketara oleh penghutang dan kemungkinan penghutang akan muflis.

Bagi kategori aset kewangan tertentu, seperti penghutang perniagaan, jika telah ditentukan bahawa tiada bukti objektif rosotnilai wujud bagi aset kewangan yang dinilai secara individu, sama ada penting atau tidak, aset termasuk dalam Kumpulan yang mempunyai ciri risiko kredit yang serupa dan akan dinilai secara kolektif untuk rosotnilai.

Rosotnilai aset kewangan bagi penghutang Akaun Perniagaan dan Akaun Pembangunan Usahawan dibuat secara am ke atas bukti hutang yang melebihi 1 tahun pada kadar 100%.

Kerugian rosotnilai, berkaitan dengan aset kewangan yang diukur pada kos dilunaskan, dinilaikan pada perbezaan di antara amaun bawaan aset dan nilai semasa anggaran aliran tunai yang telah didiskaunkan pada kadar faedah berkesan aset tersebut.

Jika terdapat bukti objektif bahawa kerugian rosotnilai telah berlaku ke atas aset kewangan diukur pada kos ditolak rosotnilai, amaun kerugian rosotnilai diukur sebagai perbezaan di antara amaun bawaan aset dan anggaran amaun terbaik di mana Kumpulan atau agensi akan terima jika aset ia dijual pada tarikh penyata kedudukan kewangan.

Sebarang kerugian rosotnilai diiktiraf dalam penyata prestasi kewangan dengan serta-merta.

v) Penyahiktirafan aset kewangan

Aset kewangan dinyahiktiraf apabila hak kontrak untuk aliran tunai daripada aset kewangan tersebut tamat tempoh, atau diselesaikan, atau pihak Kumpulan atau agensi memindahkan risiko dan ganjaran pemilikan aset kewangan yang ketara kepada pihak lain. Pada penyahiktirafan aset kewangan secara keseluruhannya, perbezaan di antara amaun bawaan dan jumlah pertimbangan diterima dan sebarang keuntungan atau kerugian kumulatif adalah diiktiraf dalam keuntungan atau kerugian dalam tempoh pemindahan.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

h. Liabiliti kewangan

Liabiliti kewangan di bawah skop MPSAS 29 dikategorikan sebagai liabiliti kewangan pada nilai saksama melalui keuntungan atau kerugian atau pinjaman, yang mana yang berkenaan.

Kumpulan menentukan kategori liabiliti kewangan semasa pengiktirafan awal. Semua liabiliti kewangan diiktiraf pada nilai saksama, dan bagi liabiliti kewangan jenis pinjaman, ia perlu ditambah dengan kos transaksi secara langsung.

Liabiliti kewangan Kumpulan adalah termasuk pemiutang dagangan dan pemiutang pelbagai, overdraf bank, pinjaman dan kontrak jaminan kewangan.

Pengiktirafan liabiliti kewangan selepas pengiktirafan awal adalah bergantung kepada kategorinya:

i) Liabiliti kewangan pada nilai saksama melalui keuntungan atau kerugian

Liabiliti kewangan pada nilai saksama melalui keuntungan atau kerugian adalah termasuk liabiliti kewangan untuk diniagakan, liabiliti kewangan dikenalpasti semasa pengiktirafan awal pada nilai saksama melalui keuntungan atau kerugian.

Liabiliti kewangan dikategorikan sebagai untuk diniagakan jika ia diperolehi dengan rancangan untuk menjualnya semula dalam jangka masa pendek. Keuntungan atau kerugian atas liabiliti yang diniagakan diiktiraf sebagai untung atau rugi.

ii) Pinjaman

Selepas pengiktirafan awal, liabiliti kewangan selain liabiliti kewangan pada nilai saksama melalui keuntungan atau kerugian adalah diukur pada kos rosotnilai menggunakan kaedah faedah berkesan. Pendapatan atau kerugian diiktiraf sebagai lebihan atau kurangan apabila liabiliti dinyahiktiraf menggunakan kaedah faedah berkesan melalui proses rosotnilai.

Kos rosotnilai diperolehi dengan mengambilkira nilai diskaun atau premium atas pengambilalihan dan bayaran atau kos sebagai kadar faedah efektif yang penting.

iii) Penyahiktirafan liabiliti kewangan

Liabiliti kewangan dinyahiktiraf apabila obligasi berkaitan kontrak telah diselesaikan, dibatalkan atau telah tamat tempoh.

Apabila liabiliti kewangan ditukar atas syarat yang diperbaharui atau syarat yang ditukar kondisinya, perubahan ini dianggap sebagai penyahiktirafan dan liabiliti baru perlu diwujudkan dan sebarang perbezaan atas nilai bawaan hendaklah diiktiraf sebagai keuntungan atau kerugian.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

i. Tunai dan kesetaraan tunai

Tunai dan kesetaraan tunai merangkumi wang tunai di tangan dan di bank dan simpanan jangka pendek berkecairan tinggi yang boleh ditukar kepada amaun tunai yang diketahui tertakluk kepada risiko pertukaran nilai yang tidak ketara.

Bagi tujuan penyata aliran tunai disatukan, tunai dan kesetaraan tunai adalah termasuk tunai dan simpanan jangka pendek seperti yang dimaksudkan di atas serta menggunapakai kaedah tidak langsung.

Simpanan jangka pendek merujuk kepada simpanan untuk tempoh 12 bulan dan ke bawah.

j. Stok

Stok dinilaikan pada harga kos semasa pengiktirafan awal. Bagi stok yang diperolehi melalui urusniaga bukan pertukaran (secara percuma atau pada kos nominal), kos tersebut adalah dinilaikan pada nilai saksama semasa tarikh perolehan.

Stok dinilaikan pada nilai terendah antara kos belian dan anggaran harga jualan dalam keadaan biasa operasi tolak anggaran kos untuk menyiapkan dan kos diperlukan untuk membuat jualan dan pengedaran.

Kos stok terdiri daripada semua kos belian, kos penukaran dan kos lain yang dilibatkan dalam membawa stok ke lokasi dan keadaan semasanya. Jika sesuatu stok tidak dapat dinilai pada nilai terendah antara kos dan belian dan anggaran kos jualan, stok tersebut akan dinilai pada anggaran kos penggantian.

Kos berlaku bagi membawanya ke sesuatu tempat dan kos bagi mengubah stok kepada keadaan tertentu diakaunkan seperti berikut:

i) Bahan mentah: kos belian menggunakan kaedah kos purata berwajaran.

ii) Stok siap dan stok separa siap: kos bahan mentah langsung dan kos upah langsung dan sebahagian overhed kilang berdasarkan kadar kapasiti operasi yang normal.

Pada tarikh penyata kedudukan kewangan, stok dinilaikan untuk memastikan jika terdapat tanda-tanda rosotnilai. Jika stok dirosotnilaikan, nilai bawaan dikurangkan kepada nilai jualan ditolak kos untuk menyiap dan membuat jualan, kerugian rosotnilai diiktiraf serta merta di dalam penyata prestasi kewangan.

Pada tarikh penyata kedudukan kewangan yang berikutnya, Kumpulan dan Lembaga akan membuat penilaian semula harga jualan tolak kos untuk menyiapkan dan membuat jualan. Jika terdapat tanda bahawa kerugian rosotnilai yang telah diiktiraf pada tahun kebelakangan tidak lagi wujud, atau terdapat bukti bahawa terdapat peningkatan harga jualan tolak kos menyiapkan dan membuat jualan disebabkan keadaan ekonomi tertentu, kerugian rosotnilai dibalikkan setakat mana nilai bawaan baru adalah yang terendah antara kos dan harga jualan tolak kos menyiapkan dan membuat jualan.

Stok diiktiraf sebagai belanja jika digunakan dalam menjalankan operasi Kumpulan.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

k. Peruntukan

Peruntukan direkodkan apabila Kumpulan mempunyai obligasi (secara undang-undang atau kewajipan konstruktif) berdasarkan sejarah lepas, adalah berkemungkinan pengaliran keluar sumber ekonomi atau potensi perkhidmatan adalah diperlukan bagi menyelesaikan obligasi dan dengan syarat bahawa anggaran yang tepat terhadap obligasi itu dapat dibuat.

Apabila Kumpulan menjangkakan sebahagian atau semua peruntukan akan dituntut semula, contohnya dalam kontrak insuran, nilai tuntutan semula akan direkodkan sebagai aset hanya setelah jumlah bayaran balik sudah pasti akan berlaku. Semua nilai bersih perbelanjaan berkaitan dengan peruntukan akan ditunjukkan dalam penyata prestasi kewangan.

Liabiliti luar jangka

Kumpulan tidak mengiktiraf liabiliti luar jangka, tetapi maklumat berkenaan liabiliti luar jangka akan didedahkan dalam nota penyata kewangan.

l. Perubahan pada polisi perakaunan

Kumpulan mengiktiraf kesan perubahan polisi perakaunan kepada rekod perakaunan secara aplikasi retrospektif. Kaedah merekodkan kesan perubahan secara aplikasi prospektif dilakukan sekiranya pelaksanaan secara retrospektif adalah tidak munasabah.

m. Manfaat kakitangan

Kumpulan terlibat dalam menguruskan 2 jenis pelan manfaat persaraan tentu. Pelan caruman tentu ialah pelan persaraan dimana Kumpulan membayar sejumlah caruman tetap kepada pihak ketiga.

Seperti diperuntukkan oleh undang-undang, semua perbadanan di Malaysia membuat caruman kepada Kumpulan Wang Amanah Persaraan (KWAP) atau Kumpulan Wang Simpanan Pekerja (KWSP).

Kumpulan tiada kewajipan konstruktif atau kewajipan undang-undang untuk membayar lebih daripada nilai caruman yang telah ditetapkan. Caruman tersebut direkodkan sebagai belanja dalam penyata prestasi kewangan dalam tempoh perkhidmatan pekerja diterima.

Pelan manfaat tentu adalah nilai manfaat persaraan yang akan diterima oleh pekerja selepas bersara bergantung kepada tempoh perkhidmatan yang diberikan dan gaji terakhir yang diterima. Gantian cuti rehat (GCR) adalah pelan manfaat tentu yang perlu ditanggung sepenuhnya oleh Lembaga berdasarkan formula pengiraan yang telah ditetapkan dalam pekeliling yang dikeluarkan oleh kerajaan Malaysia.

Liabiliti diiktiraf berdasarkan nilai yang dijangka perlu dibayar sekiranya Lembaga mempunyai kewajipan undang-undang atau kewajipan konstruktif untuk membayar sebagai gantian kepada perkhidmatan yang telah diberikan pekerja dengan syarat nilai yang tepat dapat diperolehi.

Pengiraan jumlah peruntukan manfaat kakitangan berdasarkan kepada umur persaraan paksa setiap kakitangan berdasarkan Pekeliling Perkhidmatan Sumber Manusia Ceraian PP.1.3.1 dan Ceraian PP.1.3.4 Tahun 2022.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

m. Manfaat kakitangan (sambungan)

Peruntukan Manfaat Jangka Pendek dan Jangka Panjang

Peruntukan manfaat pekerja jangka pendek adalah bayaran GCR kepada kakitangan tetap yang akan bersara secara paksa dalam tempoh satu tahun daripada tahun kewangan semasa. Manakala, manfaat jangka panjang pula adalah bayaran GCR yang melebihi 1 tahun.

n. Pihak berkaitan

Kumpulan menganggap pihak berkaitan adalah individu atau entiti yang berkeupayaan secara sendiri atau berkumpulan untuk mengenakan kawalan atau menyebarkan pengaruh bererti ke atas Kumpulan dan sebaliknya.

Ahli kepada Kumpulan pengurusan utama dianggap sebagai pihak berkaitan yang terdiri daripada Ahli Lembaga Pengarah.

o. Maklumat bajet

Bajet tahunan yang didedahkan dalam nota kepada penyata kewangan ini hanya merujuk kepada bajet tahunan mengurus bagi entiti yang mengawal sahaja iaitu Lembaga kerana bajet bagi entiti yang dikawal tidak didedahkan kepada awam.

Bajet mengurus tahunan disediakan berdasarkan asas tunai berubah manakala penyata kewangan disediakan mengikut asas akruan. Nilai bajet yang ditunjukkan merupakan nilai yang telah diluluskan oleh Kerajaan bagi tahun semasa.

p. Pengurusan risiko kewangan

Kumpulan berusaha untuk meminimakan risiko kewangan. Aset kewangan yang mungkin akan dibeli adalah tunai atau apa-apa yang setara tunai, dan simpanan tetap daripada institusi-institusi yang dibenarkan oleh Kementerian Kewangan.

Liabiliti kewangan yang mungkin ada pada Kumpulan pula selain daripada pemiutang perniagaan adalah pinjaman bank.

i) Risiko matawang asing

Kumpulan terdedah kepada risiko mata wang asing disebabkan oleh aktiviti operasinya yang kadangkala melibatkan perniagaan eksport atau import dengan pihak di luar negara.

ii) Risiko kadar faedah

Risiko kadar faedah berlaku apabila kemungkinan terdapat perubahan terhadap nilai instrumen kewangan akibat daripada perubahan kadar faedah. Kumpulan tidak mempunyai aset dan liabiliti yang bergantung terhadap perubahan ketara kadar faedah.

iii) Risiko kredit

Risiko kredit adalah risiko akibat daripada kegagalan satu pihak yang terlibat dalam instrumen kewangan untuk mematuhi syarat atau perjanjian yang menyebabkan satu pihak lagi mengalami kerugian. Kumpulan terdedah kepada risiko kredit atas penghutang perniagaan dan sewaannya.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan*Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

2.1 POLISI - POLISI PERAKAUNAN PENTING (SAMBUNGAN)

q. Pengurusan risiko kewangan (Sambungan)

Kumpulan meminimakan risiko kredit dengan memperkenalkan Manual Kawalan Kredit yang perlu dipatuhi dalam operasinya. Manual Kawalan Kredit menghuraikan tatacara pengurusan kredit yang melibatkan pemberian kelulusan kredit, had dan tempoh kredit serta pemantauan kredit.

iv) Risiko kecairan

Kaedah Kumpulan untuk menguruskan risiko kecairan adalah memastikan aset cair sentiasa cukup bagi menampung liabiliti apabila diperlukan. Tunai dipastikan sentiasa cukup untuk menampung belanja operasi dengan membuat anggaran aliran tunai.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

3. WANG DI BANK DAN RUNCIT

	KUMPULAN		FAMA	
	2024	2023	2024	2023
	RM	RM	RM	RM
Wang di Bank	49,239,324	44,454,262	47,689,663	41,932,165
Wang Runcit	312,196	317,173	229,158	232,567
Wang Dalam Perjalanan	111	44,641	111	44,641
	49,551,631	44,816,076	47,918,932	42,209,373

Wang dalam perjalanan merupakan sejumlah wang yang dibayar oleh pejabat FAMA kepada pejabat FAMA yang lain. Bayaran ini diterima oleh pejabat FAMA yang berkenaan pada tahun yang berikutnya.

4. SIMPANAN JANGKA PENDEK

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Simpanan Tetap dengan institusi kewangan berikut:		
Affin Bank Berhad	-	20,099,863
Agrobank	303,789	303,800
Al Rajhi Bank	30,040,974	25,187,678
Bank Islam Malaysia Berhad	501,096	501,096
Bank Pembangunan Malaysia Berhad	30,041,795	22,022,091
Bank Rakyat	-	13,062,507
Bank Simpanan Nasional	-	20,098,630
MBSB Bank Berhad	10,093,245	5,097,487
Public Islamic Bank	446,419	446,394
RHB Bank	6,079,742	20,021,918
Small Medium Enterprise Development Bank Malaysia Berhad (SME)	11,613,702	20,021,918
CIMB Islamic Bank Berhad	7,634,588	-
	96,755,350	146,863,382

Kadar faedah efektif pada tahun bagi simpanan tetap dengan bank berlesen ialah antara 2.80% (2023 : 2.80%) sehingga 4.15% (2023 : 4.15%) dan tempoh matang simpanan tetap ialah antara tujuh (7) hari sehingga satu (1) tahun (2023 : tujuh (7) hari sehingga satu (1) tahun).

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

5. PINJAMAN KOMPUTER DAN KENDERAAN

		KUMPULAN / FAMA 2024 RM	2023 RM
Pinjaman Komputer			
Baki pada 1 Januari		462,443	394,717
Campur :	Pengeluaran pinjaman yang telah diluluskan	327,200	319,500
	Faedah pinjaman	10,495	11,378
		800,138	725,595
Tolak :	Pembayaran balik oleh peminjam	(240,394)	(263,152)
Baki pada 31 Disember		559,744	462,443
Pinjaman Kenderaan			
Baki pada 1 Januari		1,570,172	1,381,295
Campur :	Pengeluaran pinjaman yang telah diluluskan	558,700	753,700
	Faedah pinjaman	62,077	60,592
		2,190,949	2,195,587
Tolak :	Pembayaran balik oleh peminjam	(570,882)	(625,415)
Baki pada 31 Disember		1,620,067.50	1,570,172
		2,179,812	2,032,615
Pinjaman komputer dan kenderaan terdiri daripada:			
a) Pinjaman komputer dan kenderaan yang perlu dibayar selepas 12 bulan		1,368,536	1,144,047
b) Pinjaman komputer dan kenderaan yang perlu dibayar dalam masa 12 bulan		811,276	888,568
		2,179,812	2,032,615

6. PENGHUTANG PERNIAGAAN DAN PELBAGAI

	KUMPULAN		FAMA	
	2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Penghutang Perniagaan	21,792,075	20,100,693	15,434,283	13,360,127
Peruntukan Hutang Ragu	(9,811,646)	(10,155,913)	(5,060,107)	(5,404,546)
Hutang Lapuk Pulih	-	137,325	-	137,325
	11,980,430	10,082,105	10,374,177	8,092,906
Penghutang Pendahuluan	40,889	88,933	40,889	88,933
Penghutang Pelbagai	1,980,128	5,709,199	1,517,511	5,203,366
	14,001,447	15,880,237	11,932,577	13,385,205

Penghutang Perniagaan mengandungi penghutang dari urusniaga yang dilaksanakan oleh pusat-pusat operasi dan syarikat subsidiari. Penghutang ini merupakan hutang-hutang oleh syarikat, persatuan dan individu kepada FAMA.

Kadar usia penghutang perniagaan yang normal adalah di antara 30 sehingga 90 hari.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-Nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

7. PENGHUTANG SYARIKAT SUBSIDIARI

	FAMA	
	2024	**2023**
	RM	**RM**
Penghutang Syarikat Subsidiari	1,620,351	2,174,167
Tolak :		
Pemiutang Syarikat Subsidiari	(148,425)	(130,544)
	1,471,926	2,043,623

Amaun ini merupakan hutang yang terhasil dari transaksi urusniaga yang biasa. Ianya tidak bercagar, tanpa faedah dan tidak mempunyai tempoh berbayar yang tetap.

8. STOK PERNIAGAAN

	KUMPULAN		FAMA	
	2024	**2023**	**2024**	**2023**
	RM	**RM**	**RM**	**RM**
Stok Perniagaan	6,285,148	7,624,643	2,288,167	2,129,615
Tolak :				
Rosotnilai Stok Perniagaan	(245,453)	(105,136)	(1,893)	(105,136)
	6,039,695	7,519,507	2,286,274	2,024,479
Stok Bahan Campuran	862,711	589,523	862,711	589,523
	6,902,406	8,109,030	3,148,985	2,614,002

Ini merupakan stok perniagaan yang melibatkan Akaun Urusniaga sahaja. Akaun Mengurus, Pembangunan dan Pembangunan Usahawan tidak mempunyai sebarang pegangan stok perniagaan.

9. BAYARAN TERDAHULU DAN PERTARUHAN BAYARAN

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	**2023**
	RM	**RM**
Bayaran Terdahulu	541	776
Pertaruhan Bayaran	2,283,140	2,369,159
	2,283,680	2,369,935

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-Nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

10. PELABURAN DALAM SYARIKAT SUBSIDIARI

	FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Pelaburan dalam Syarikat Subsidiari - pada kos	25,681,471	25,681,471
Pengurangan Pelaburan Tahun Semasa	(3,000,002)	-
Pelarasan Pelaburan Tahun Semasa	800,000	-
	23,481,469	25,681,471
Peruntukan Rosotnilai Saham Asal dalam Syarikat Subsidiari	(17,338,649)	(16,805,878)
	6,142,820	8,875,593

Syarikat Subsidiari FAMA terdiri daripada FAMA Corporation Sdn Bhd dan MykopieSatu Sdn Bhd. Pengurangan dan pelarasan pelaburan tahun semasa adalah melibatkan anak syarikat FAMA sahaja.

Peruntukan rosotnilai telah dibuat ke atas saham syarikat subsidiari yang bertujuan menunjukkan nilai sebenar pelaburan dalam tahun semasa dan telah diambilkira didalam penyata kewangan Lembaga pada tahun semasa.

11. PELABURAN

	KUMPULAN	
	2024	2023
	RM	RM
Pelaburan - Kos	137,500	137,500
Tolak : Peruntukan Pengurangan Nilai	-	-
Nilai Pasaran	137,500	137,500
Jumlah Nilai Pasaran	137,500	137,500

Nilai pelaburan berjumlah RM137,500 merupakan pelaburan yang dibuat oleh FAMA Corporation Sdn. Bhd. dalam syarikat yang tidak tersenarai di Bursa Malaysia iaitu Konsortium Pasar Borong Sdn. Bhd. Sebanyak 13.75% pegangan ekuiti.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

12. HARTANAH, LOJI DAN PERALATAN

A. KUMPULAN

KOS	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2024	18,069,559	34,222,991	653,247,682	1,021,805	31,129,859	776,784	51,064,408	-	5,058,836	794,591,924
Tambahan	-	1,461,513	9,429,306	-	2,717,541	46,093	6,355,062	188,000	-	20,197,515
Pindahan Dari Projek Dalam Pelaksanaan	-	-	4,577,478	-	-	-	-	-	-	4,577,478
Pelarasan	1,094,751	(1,094,751)	-	-	(3,080,067)	(5,742)	(1,944,940)	5,030,749	(5,058,836)	(5,058,836)
Pelupusan	-	(1,616,532)	(15,099,540)	(244,324)	(2,880,309)	(13,926)	(1,330,759)	(1,938,481)	-	(23,123,871)
Pada 31/12/2024	19,164,310	32,973,221	652,154,926	777,481	27,887,025	803,209	54,143,772	3,280,268	-	791,184,211

SUSUTNILAI TERKUMPUL	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2024	-	6,856,530	212,247,357	879,318	27,384,083	604,859	44,084,662	-	2,330,626	294,387,435
Susutnilai Semasa	-	396,086	15,848,755	92,729	1,525,300	100,152	2,764,122	162,778	-	20,889,922
Pelarasan	-	-	-	-	(3,079,926)	(5,742)	(1,617,394)	4,703,062	(2,330,626)	(2,330,626)
Pelupusan	-	(276,391)	(2,173,304)	(153,542)	(2,879,728)	(5,106)	(1,280,689)	(1,938,388)	-	(8,707,147)
Pada 31/12/2024	-	6,976,226	225,922,808	818,505	22,949,729	694,163	43,950,701	2,927,452	-	304,239,584
BAKI BUKU BERSIH	19,164,310	25,996,996	426,232,119	(41,024)	4,937,296	109,046	10,193,070	352,816	-	**486,944,627**

KOS	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2023	18,069,559	33,222,991	628,447,387	1,021,526	29,895,046	596,435	51,132,369	-	2,529,023	764,914,336
Tambahan	-	1,000,000	10,598,163	51,830	1,269,813	156,963	2,190,830	-	314,339	15,581,938
Pindahan Dari Projek Dalam Pelaksanaan	-	-	14,202,132	-	-	-	-	-	2,215,474	16,417,606
Pelarasan	-	-	-	(26,336)	-	26,336	-	-	-	-
Pelupusan	-	-	-	(25,215)	(35,000)	(2,950)	(2,258,791)	-	-	(2,321,956)
Pada 31/12/2023	18,069,559	34,222,991	653,247,682	1,021,805	31,129,859	776,784	51,064,408	-	5,058,836	794,591,924

SUSUTNILAI TERKUMPUL	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2023	-	6,454,246	196,691,219	759,725	26,060,255	507,863	43,424,745	-	2,168,718	276,066,771
Susutnilai Semasa	-	402,284	15,556,138	128,813	1,358,827	93,305	2,918,686	-	161,908	20,619,961
Pelarasan	-	-	-	(4,691)	-	4,691	-		-	-
Pelupusan	-	-	-	(4,529)	(34,999)	(1,000)	(2,258,769)	-	-	(2,299,297)
Pada 31/12/2023	-	6,856,530	212,247,357	879,318	27,384,083	604,859	44,084,662	-	2,330,626	294,387,435
BAKI BUKU BERSIH	18,069,559	27,366,462	441,000,325	142,487	3,745,776	171,925	6,979,746	-	2,728,210	**500,204,490**

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

12. HARTANAH, LOJI DAN PERALATAN (sambungan)

B. FAMA

KOS	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2024	18,069,559	34,222,992	651,706,058	317,034	30,989,499	13,700	48,456,921	-	5,058,836	788,834,599
Tambahan	-	1,461,513	9,429,306	-	2,717,541	-	6,355,062	188,000	-	20,151,422
Pindahan Dari Projek Dalam Pelaksanaan	-	-	4,577,478	-	-	-	-	-	-	4,577,478
Pelarasan	1,094,751	(1,094,751)	-	-	(3,080,067)	(5,742)	(1,944,940)	5,030,749	(5,058,836)	(5,058,836)
Pelupusan	-	(1,616,532)	(15,099,540)	-	(2,880,309)	-	(1,330,759)	(1,938,481)	-	(22,865,621)
Pada 31/12/2024	19,164,310	32,973,222	650,613,303	317,034	27,746,665	7,958	51,536,284	3,280,268	-	785,639,043

SUSUTNILAI TERKUMPUL	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2024	-	6,856,530	212,096,593	317,031	27,166,924	5,742	42,589,104	-	2,330,626	291,362,550
Susutnilai Semasa	-	396,086	15,810,214	-	1,512,210	-	2,381,530	162,778	-	20,262,818
Pelarasan	-	-	-	-	(3,079,926)	(5,742)	(1,617,394)	4,703,062	(2,330,626)	(2,330,626)
Pelupusan	-	(276,391)	(2,173,304)	-	(2,879,728)	-	(1,280,689)	(1,938,388)	-	(8,548,499)
Pada 31/12/2024	-	6,976,226	225,733,503	317,031	22,719,480	-	42,072,551	2,927,452	-	300,746,243
BAKI BUKU BERSIH	19,164,310	25,996,997	424,879,800	3	5,027,185	7,958	9,463,733	352,816	-	**484,892,800**

KOS	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2023	18,069,559	33,222,992	628,447,387	317,034	29,754,686	13,700	48,524,882	-	2,529,023	760,879,263
Tambahan	-	1,000,000	9,056,539	-	1,269,813	-	2,190,830	-	314,339	13,831,521
Pindahan Dari Projek Dalam Pelaksanaan	-	-	14,202,132	-	-	-	-	-	2,215,474	16,417,606
Pelupusan	-	-	-	-	(35,000)	-	(2,258,791)	-	-	(2,293,791)
Pada 31/12/2023	18,069,559	34,222,992	651,706,058	317,034	30,989,499	13,700	48,456,921	-	5,058,836	788,834,599

SUSUTNILAI TERKUMPUL	Tanah Pegangan Bebas RM	Tanah Pajakan RM	Bangunan RM	Ubahsuai RM	Alat dan Mesin RM	Alat Pejabat / Perabot RM	Kenderaan RM	Jentera RM	Sistem RM	Jumlah RM
Pada 1/1/2023	-	6,454,246	196,569,360	317,031	25,856,250	3,002	42,358,262	-	2,168,718	273,726,869
Susutnilai Semasa	-	402,284	15,527,233	-	1,345,673	2,740	2,489,611	-	161,908	19,929,449
Pelupusan	-	-	-	-	(34,999)	-	(2,258,769)	-	-	(2,293,768)
Pada 31/12/2023	-	6,856,530	212,096,593	317,031	27,166,924	5,742	42,589,104	-	2,330,626	291,362,550
BAKI BUKU BERSIH	18,069,559	27,366,462	439,609,465	3	3,822,575	7,958	5,867,817	-	2,728,210	**497,472,049**

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

12. HARTANAH, LOJI DAN PERALATAN (sambungan)

Termasuk di dalam jadual aset adalah Hartanah, Loji dan Peralatan seperti berikut:

	FAMA	
	2024	**2023**
	RM	**RM**
Tanah		
a) Tanah Mukim Ampangan, Negeri Sembilan	826,210	826,210
b) Tanah Medan Niaga Satok, Sarawak	581,792	581,792
c) Tanah Pejabat FAMA Negeri Johor, Johor	6,511,525	6,511,525
d) Tanah PPH. Kluang, Johor	-	3,636,652
e) Tanah Kilang Memproses Kelapa di Bagan Datoh, Perak	212,849	212,849
	8,132,376	11,769,028

Tanah (a) hingga (c) adalah atas nama Pesuruhjaya Tanah Persekutuan. Pihak Lembaga dan Jabatan Ketua Pengarah Tanah dan Galian Persekutuan Putrajaya telah memeterai perjanjian hak pajakan pada 13 Disember 2023. Sehingga 31 Disember 2024 FAMA masih dalam proses mendapatkan geran hak milik pajakan.

Bagi tanah (d), tanah beserta bangunan KPL Kluang telah dilupuskan secara serahan kepada Bahagian Permodenan Pertanian di Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan melalui surat bertarikh 24 Mei 2024 bernombor rujukan FAMA 200-1/1/j14(13)

Bagi tanah (e) iaitu Tanah Kilang Memproses Kelapa di Bagan Datoh, Perak telah diluluskan hak pajakan dan premium perolehan tanah telah dibayar pada 18 Januari 2016. Namun, Geran Hakmilik masih belum dikeluarkan kerana terdapat isu memplot ukuran tanah oleh pihak Pejabat Tanah dan Galian Negeri Perak.

Selain itu, terdapat sebidang tanah milik FAMA di Bandar Baru Salak Tinggi telah selesai dijual dengan nilai jualan sebanyak RM5,990,000. Bayaran penuh telah selesai diterima pada 6 Disember 2024.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

13. ASET TAK KETARA

A. KUMPULAN

KOS	Sistem RM
Pada 1/1/2024	2,565,541
Tambahan	520,463
Pindahan dari projek dalam pelaksanaan	551,994
Pelunasan/rosotnilai	(1,767,419)
Pelarasan	2,728,210
Pada 31/12/2024	4,598,789

KOS	Sistem RM
Pada 1/1/2023	2,931,388
Tambahan	450,000
Pindahan dari projek dalam pelaksanaan	120,000
Pelunasan/rosotnilai	(935,847)
Pada 31/12/2023	2,565,541

B. FAMA

KOS	Sistem RM
Pada 1/1/2024	2,565,541
Tambahan	520,463
Pindahan dari projek dalam pelaksanaan	551,994
Pelunasan / rosotnilai	(1,767,419)
Pelarasan	2,728,210
Pada 31/12/2024	4,598,789

KOS	Sistem RM
Pada 1/1/2023	2,931,388
Tambahan	450,000
Pindahan dari projek dalam pelaksanaan	120,000
Pelunasan/rosotnilai	(935,847)
Pada 31/12/2023	2,565,541

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

14. PROJEK DALAM PELAKSANAAN

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Pada 1 Januari	11,168,481	20,392,155
Penambahan Dalam Tahun Semasa	12,152,106	7,313,932
Pindahan ke Hartanah, Loji dan Peralatan	(4,577,478)	(16,417,606)
Pindahan ke Aset Tak Ketara	(551,994)	(120,000)
Pindahan ke Penyata Pendapatan	(506,555)	-
Pada 31 Disember	17,684,559	11,168,481

Jumlah amaun ini merupakan perbelanjaan sebenar terkumpul bagi kos bangunan dan kelengkapan, kos membersihkan tapak bangunan, harta tanah dan bayaran yang berkaitan serta bayaran pembangunan sistem.

15. PEMIUTANG PERNIAGAAN DAN PELBAGAI

	NOTA	KUMPULAN		FAMA	
		2024	2023	2024	2023
		RM	RM	RM	RM
Pemiutang Perniagaan		2,743,503	5,021,551	942,977	3,141,679
Pemiutang Pelbagai dan Akruan		8,290,567	11,865,918	7,754,736	11,353,629
Pemiutang Pelbagai Dana Ditindik	31	19,716,037	13,834,928	19,716,037	13,834,928
Pertaruhan Penerimaan		4,479,339	5,531,049	4,479,339	5,531,049
		35,229,445	36,253,446	32,893,088	33,861,285

16. GERAN PEMBANGUNAN TERTUNDA

Geran pembangunan tertunda merupakan geran pembangunan yang diterima oleh FAMA dan masih belum dilunas. Geran tersebut terdiri daripada geran pembangunan sedia ada yang diperuntukkan kepada FAMA mengikut siling yang telah diluluskan oleh Kerajaan serta geran khas yang disalurkan kepada FAMA oleh pelbagai jabatan, agensi dan kerajaan negeri sebagai dana kerjasama strategik.

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Geran Kerajaan Tertunda pada 1 Januari	115,189,855	103,257,552
Geran Pembangunan bagi tahun semasa	88,010,307	126,599,290
Pindahan daripada/(kepada) Dana Khas Projek Ditindik	(10,298,897)	(12,653,825)
Tolak : Geran Pembangunan Dilunaskan		
Geran Dilunaskan bagi tahun semasa	(141,214,573)	(102,013,162)
Geran Tertunda pada 31 Disember	51,686,692	115,189,855
Berikut merupakan pecahan geran tertunda:		
Geran Pembangunan Sedia Ada (siling FAMA)	10,917,884	56,602,643
Geran Pembangunan Khas	40,768,808	58,587,212
	51,686,692	115,189,855

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

17. LIABILITI SEWA BELI

	KUMPULAN	
	2024	2023
	RM	RM
Bayaran minimum bagi liabiliti sewa beli adalah seperti berikut:		
Dalam masa 1 tahun	192,953	391,145
Lebih dari 1 tahun tetapi kurang dari 5 tahun	16,970	209,923
	209,923	601,068
Caj kewangan masa hadapan	(24,992)	(73,881)
Nilai semasa pinjaman	184,931	527,187
Dalam masa 1 tahun	169,974	342,256
Lebih dari 1 tahun tetapi kurang dari 5 tahun	14,957	184,931
	184,931	527,187

18. PINJAMAN BANK

	KUMPULAN	
	2024	2023
	RM	RM
Bayaran minimum bagi pinjaman bank adalah seperti berikut:		
Dalam masa 1 tahun	114,519	108,386
Lebih dari 1 tahun tetapi kurang dari 5 tahun	526,648	498,444
Lebih dari 5 tahun	522,035	664,758
	1,163,202	1,271,588
Dalam masa 1 tahun	114,519	108,386
Lebih dari 1 tahun	1,048,683	1,163,202
	1,163,202	1,271,588

19. PERUNTUKAN MANFAAT KAKITANGAN

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Gantian Cuti Rehat		
Baki pada 1 Januari	22,704,982	21,710,399
	22,704,982	21,710,399
Peruntukan Tahun Semasa	2,048,831	1,700,055
Pelarasan Dalam Tahun Semasa	(1,225,525)	1,343,359
Bayaran Dalam Tahun Semasa	(1,249,378)	(2,048,831)
Baki pada 31 Disember	22,278,910	22,704,982
Dianalisa seperti berikut :		
Manfaat Jangka Pendek - dalam tempoh 12 bulan	1,249,378	2,048,831
Manfaat Jangka Panjang - dalam tempoh melebihi 12 bulan	21,029,532	20,656,151
	22,278,910	22,704,982

Terdapat pindaan nilai pada nota pelarasan dan bayaran dalam tahun semasa kerana mengambilkira klasifikasi semula bayaran Gantian Cuti Rehat bagi tahun 2023.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

20. AKAUN MENGURUS

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Baki pada 1 Januari	(382,301)	(4,054,158)
Lebihan Bagi Tahun Semasa	(11,117,249)	3,671,857
	(11,499,550)	(382,301)
Pindahan Tahun Semasa	5,084,873	-
Baki pada 31 Disember	(6,414,677)	(382,301)

21. AKAUN PEMBANGUNAN

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Baki pada 1 Januari	483,010,787	469,624,767
Lebihan Bagi Tahun Semasa	3,048,133	23,927,422
	486,058,920	493,552,189
Pindahan Tahun Semasa	(4,632,192)	(10,541,402)
Baki pada 31 Disember	481,426,727	483,010,787

22. AKAUN PERNIAGAAN

	KUMPULAN		FAMA	
	2024	2023	2024	2023
	RM	RM	RM	RM
Baki pada 1 Januari	56,833,811	48,459,034	57,605,930	49,226,986
Lebihan / (Kurangan) Bagi Tahun Semasa	269,286	(2,145,226)	275,710	(2,141,059)
	57,103,097	46,313,808	57,881,640	47,085,927
Perubahan Modal Pusingan	17,439,002	10,541,402	17,439,002	10,541,402
Pelarasan	-	(21,399)	-	(21,399)
Pindahan Tahun Semasa	(627,957)	-	(627,957)	-
Baki pada 31 Disember	73,914,142	56,833,811	74,692,685	57,605,930

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

23. AKAUN PEMBANGUNAN USAHAWAN

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	**2023**
	RM	**RM**
Baki pada 1 Januari	14,971,180	11,813,329
Lebihan Bagi Tahun Semasa	3,339,352	2,057,851
	18,310,532	13,871,180
Pelarasan	-	1,100,000
Pindahan Tahun Semasa	175,276	-
Baki pada 31 Disember	18,485,808	14,971,180

24. HASIL URUSNIAGA BUKAN PERTUKARAN

	KUMPULAN / FAMA	
	2024	**2023**
	RM	**RM**
Pemberian Geran Kerajaan (Mengurus)	164,300,300	175,025,000
Pemberian Geran Kerajaan (Dana Khas Ditindik)	-	2,713,624
Geran Pembangunan Dilunaskan	141,214,573	102,013,162
Pendapatan Lesen dan Permit	3,240,810	3,100,977
	308,755,683	282,852,763

25. HASIL URUSNIAGA PERTUKARAN

	KUMPULAN		FAMA	
	2024	**2023**	**2024**	**2023**
	RM	**RM**	**RM**	**RM**
Faedah Simpanan Semasa/Tetap	3,657,621	3,113,753	3,640,095	3,110,105
Faedah Pinjaman	72,573	71,970	72,573	71,970
Jualan	96,870,878	84,857,747	63,860,020	48,562,583
Sewaan/Perkhidmatan	16,950,843	16,139,956	16,883,594	16,122,697
Pendapatan Pelbagai	5,803,808	1,719,703	5,803,808	1,719,703
Pendapatan Lain Syarikat Subsidiari	20,076	392,398	-	-
	123,375,798	106,295,527	90,260,090	69,587,058

Komponen terbesar hasil urusniaga pertukaran adalah jualan iaitu aktiviti memasarkan barangan petani dan usahawan kepada pasaran selaras dengan fungsi FAMA sebagai agensi pemasar.

Pendapatan pelbagai merupakan pendapatan lain yang diterima oleh FAMA seperti hasil sewaan tidak tetap bagi gerai atau lot usahawan FAMA di mana kadar sewaan yang dikenakan adalah kadar minima sahaja yang bertujuan membantu usahawan meningkatkan pendapatan dan memasarkan secara langsung. Peningkatan yang ketara dalam pendapatan pelbagai adalah disebabkan pada tahun 2024 terdapat sebidang tanah milik FAMA di Bandar Baru Salak Tinggi telah dijual dan bayaran penuh telah selesai diterima pada 6 Disember 2024.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

26. PERBELANJAAN

	NOTA	KUMPULAN		FAMA	
		2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Gaji, Elaun dan Kos Kakitangan	32	138,986,672	133,076,844	134,248,744	128,362,658
Perkhidmatan dan Bekalan		43,130,840	37,788,421	43,130,840	37,788,421
Projek Geran Pembangunan		118,090,197	61,534,536	118,090,197	61,534,536
Kos Jualan		87,999,924	78,798,365	60,847,123	49,564,037
Perbelanjaan Jualan dan Pentadbiran		19,144,671	20,494,769	19,144,671	20,494,769
Susutnilai dan Pelunasan		22,498,695	21,555,808	22,030,238	20,865,296
Lain-lain Perbelanjaan		1,494,379	3,383,254	5,027,152	5,495,153
Perbelanjaan Syarikat Subsidiari		4,300,766	4,188,783	-	-
		435,646,143	360,820,780	402,518,963	324,104,870

27. LEBIHAN SEBELUM CUKAI

Lebihan/(kurangan) pendapatan sebelum cukai adalah selepas dicajkan/(dikredit) antaranya seperti berikut:

	KUMPULAN		FAMA	
	2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Belanja Hutang Ragu	(78,448)	(514,326)	(78,621)	(323,157)
Yuran Audit	100,290	93,710	63,290	56,710
Susutnilai Hartanah, Loji & Peralatan	20,889,922	20,619,960	20,262,818	19,929,449
Sewaan Pejabat & Pelbagai	10,377,560	11,986,974	9,975,942	11,609,744
Elaun Ahli Lembaga Pengarah	729,508	558,997	672,013	483,330
Peruntukan Manfaat Kakitangan	2,048,831	2,694,638	2,048,831	2,694,638
Kos Kewangan	48,891	49,960	-	-
Pendapatan Dividen & Faedah	(3,730,194)	(3,185,723)	(3,712,668)	(3,182,075)
Pendapatan Sewaan Lain	(16,950,843)	(16,139,956)	(16,883,594)	(16,122,697)
Rosotnilai Stok	(224,271)	(1,523,284)	(467,831)	(1,523,284)
Kerugian/(Keuntungan) Pelupusan Aset	(4,579,759)	(422,376)	(4,691,404)	(444,562)
Rosotnilai Pelaburan Syarikat Subsidiari	-	-	3,532,773	2,111,899
Pelunasan Aset Tak Ketara	1,767,419	935,847	1,767,419	935,847
Hapuskira Aset	(2,728,210)	450	(2,728,210)	-

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

28. CUKAI

	KUMPULAN		FAMA	
	2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Belanja Cukai Tahun Semasa	873,623	763,646	873,623	763,646
	873,623	763,646	873,623	763,646

Peruntukan cukai FAMA adalah cukai ke atas pendapatan faedah semasa, faedah tetap dan faedah pinjaman yang diterima pada tahun semasa sebanyak 24%. FAMA telah mengemukakan borang dan menyelesaikan bayaran cukai sehingga tahun taksiran 2023. Manakala bayaran anggaran cukai bagi tahun taksiran 2024 diselesaikan secara berperingkat mengikut bulan semasa.

29. TUNAI DAN KESETARAAN TUNAI

	KUMPULAN		FAMA	
	2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Simpanan Jangka Pendek	96,755,350	146,863,382	96,755,350	146,863,382
Wang di Bank dan Runcit	49,551,631	44,816,076	47,918,932	42,209,373
	146,306,981	191,679,458	144,674,282	189,072,755

30. PENYATA PENYESUAIAN DAN PERBANDINGAN BAJET

	FAMA 2024	
	RM Operasi	RM Jumlah
Belanja Sebenar	176,499,284	176,499,284
Pesanan Tempatan (Tertunggak)	1,552,639	1,552,639
Jumlah Keseluruhan	178,051,923	178,051,923

Peruntukan Mengurus bagi tahun 2024 yang telah diluluskan oleh Kementerian kepada FAMA adalah berjumlah RM179,480,000. Daripada jumlah tersebut, FAMA telah dikenakan sekatan sebanyak RM15,179,700 berbanding jumlah peruntukan yang diluluskan melalui surat penyaluran geran mengurus suku ketiga dan keempat tahun 2024 bertarikh 21 November 2024.

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

31. PEMIUTANG PELBAGAI DANA DITINDIK

	KUMPULAN / FAMA	
	2024 RM	2023 RM
Projek Khas Pagoh	50,330	50,330
Program Kebuniti Keluarga Malaysia	3,485,948	6,649,606
Financial Literacy Education Programme (GTP 2.0)	3,228,155	3,305,771
Geran Pemadanan HIP dan CUP	373,446	373,446
MAQIS	961,584	1,666,475
Pembangunan Kulinari	798,623	820,351
MyGAP	712,806	921,000
Penjenamaan Produk IAT dan Produk LK	-	39,062
Projek Tanaman Kontan B40	-	3,050
Kajian Pre-Feasibility Study Pasar Borong Moden	-	5,837
1 AZAM	2,716,826	-
Inter Seafood Exposition	278,771	-
My Kampung My Future	1,776,620	-
Program Supply Management	2,659,266	-
Program Naiktaraf Pusat Operasi	2,673,663	-
	19,716,037	13,834,928

32. PERBELANJAAN KAKITANGAN

	KUMPULAN		FAMA	
	2024	2023	2024	2023
Bilangan kakitangan pada 31 Disember				
Tetap	2,497	2,470	2,338	2,311
Sementara	61	71	61	71
	2,558	2,541	2,399	2,382

Pecahan perbelanjaan kakitangan adalah seperti berikut:

	KUMPULAN		FAMA	
	2024 RM	2023 RM	2024 RM	2023 RM
Gaji dan Upahan	85,018,507	82,197,225	85,018,507	82,197,225
Elaun Kakitangan	29,889,387	27,624,644	29,889,387	27,624,644
Elaun Lebih Masa	4,459,594	4,142,564	4,459,594	4,142,564
Caruman Pencen, KWSP dan PERKESO	14,881,255	14,398,225	14,881,255	14,398,225
Perbelanjaan Syarikat Subsidiari	4,737,928	4,714,186	-	-
	138,986,672	133,076,844	134,248,744	128,362,658

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

33. KEPENTINGAN MINORITI & SYARIKAT SUBSIDIARI

Kepentingan minoriti ini merupakan bahagian kepentingan minoriti terhadap modal dan rizab Syarikat Susidiari FAMA Corporation Sdn. Bhd.

Subsidiari FAMA adalah seperti berikut:

Nama Syarikat	Negara Ditubuhkan	Kegiatan Utama	Kepentingan 2024	Kepentingan 2023
FAMA Corporation Sdn. Bhd.	Malaysia	Memasarkan produk keluaran hasil-hasil pertanian, mengeksport buah-buahan, peruncitan barangan makanan proses dan produk pengguna, perkilangan kopi dan mengimport dan mengedar kobis.	100%	100%
MyKopieSatu Sdn. Bhd.	Malaysia	Terlibat dalam perniagaan menyediakan kopi dan aktiviti francais biji kopi.	-	100%

Subsidiari FAMA Corporation Sdn. Bhd. adalah seperti berikut:

Nama Syarikat	Negara Ditubuhkan	Kegiatan Utama	Kepentingan 2024	Kepentingan 2023
Konsortium Induk Edar Sdn. Bhd.	Malaysia	Tidak beroperasi	56%	56%

Akaun FAMA Corporation dan Kumpulan FAMA Corporation diaudit oleh Firma Akauntan Awam Bertauliah, Malaysia. Akaun MykopieSatu Sdn Bhd telah ditutup sepenuhnya pada 4 Jun 2024.

34. KOMITMEN MODAL

Jumlah penglibatan modal projek pembangunan Kumpulan dan FAMA untuk tanah dan bangunan bagi tahun berakhir 31 Disember 2024 yang diluluskan oleh Lembaga Pengarah telah dikontrakkan dan tidak diambilkira di dalam Penyata Kewangan adalah seperti berikut:

	KUMPULAN / FAMA	
	2024 RM	2023 RM
Diluluskan dan Telah Dikontrakkan	11,496,015	11,762,949
	11,496,015	11,762,949

Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan * Federal Agriculture Marketing Authority

Nota-nota Kepada Penyata Kewangan
Bagi Tahun Berakhir 31 Disember 2024

35. PENDEDAHAN PIHAK BERKAITAN

Untuk tujuan penyata kewangan ini, pihak-pihak adalah dianggap berkaitan kepada Kumpulan atau FAMA sekiranya Kumpulan atau FAMA mempunyai keupayaan secara langsung atau tidak langsung untuk mengawal atau mengawal bersama pihak tersebut atau mempunyai pengaruh signifikan terhadap pihak tersebut dalam membuat keputusan kewangan dan operasi, atau sebaliknya, atau di mana Kumpulan atau FAMA dan pihak tersebut tertakluk kepada kawalan bersama.

Pihak berkaitan juga termasuk kakitangan pengurusan utama yang ditakrifkan sebagai mereka yang mempunyai kuasa dan tanggungjawab untuk merancang, mengarah dan mengawal aktiviti-aktiviti FAMA sama ada secara langsung atau tidak langsung. Kakitangan pengurusan utama termasuk semua pengarah Kumpulan dan ahli pengurusan kanan Kumpulan.

Menurut Akta 141 FAMA, bilangan pengurusan tertinggi FAMA ialah 14 orang terdiri daripada 8 orang dari Kementerian/ Jabatan/Agensi dan 6 orang pegawai lantikan politik.

	FAMA	
	2024	2023
	RM	RM
Transaksi dengan Pengurusan Tertinggi FAMA		
Gaji & Elaun Pengurusan Tertinggi	672,013	483,330
Bilangan Pegawai Pengurusan Tertinggi	14 orang	14 orang
Transaksi dengan Syarikat-Syarikat Subsidiari		
Jumlah Transaksi Jualan Dengan Syarikat Subsidiari	1,535,968	1,734,006
Jumlah Transaksi Belian Dengan Syarikat Subsidiari	11,035,333	8,620,493

36. PERISTIWA SELEPAS TEMPOH KEWANGAN

MPSAS 14 menyatakan "Sesebuah entiti yang menyediakan dan menbentangkan penyata kewangan mengikut asas perakaunan akruan hendaklah menggunapakai Piawaian ini dalam perakaunan untuk pendedahan, peristiwa selepas tarikh pelaporan".

Peristiwa selepas tarikh pelaporan ialah peristiwa yang memuaskan dan tidak memuaskan yang berlaku antara tarikh pelaporan dan tarikh penyata kewangan dibenarkan untuk diterbitkan. Dua jenis peristiwa boleh dikenal pasti:

i) Peristiwa yang membuktikan keadaan yang wujud pada tarikh pelaporan (peristiwa pelarasan selepas tarikh pelaporan); dan

ii) Peristiwa yang menunjukkan keadaan yang wujud selepas tarikh pelaporan (peristiwa pelarasan selepas tarikh pelaporan).

Berdasarkan penyata kewangan FAMA dan Kumpulan, kedua-duanya tidak mempunyai masalah dari segi kemampuan mengawal liabilitinya kerana mempunyai aset semasa bersih dan kecairan aset yang baik.

Laporan Tahunan 2024

Annual Report

LEMBAGA PEMASARAN PERTANIAN PERSEKUTUAN

FEDERAL AGRICULTURAL MARKETING AUTHORITY

Bangunan FAMA Point, Lot 17304,

Jalan Persiaran 1 , Bandar Baru Selayang,

68100 Batu Caves, Selangor.

03-6033 2020 fama@fama.gov.my

www.fama.gov.my

@fama.malaysia