

BAB

8

TERAS 4 MEMPERKASA EKONOMI DESA (ED)



TERAS 4

MEMPERKASA EKONOMI DESA (ED)

Dalam menggerakkan ekonomi desa agar mampu menjana pendapatan lumayan dan mampan, pendekatan yang holistik dan bersepadu adalah penting untuk memastikan pembangunan yang seimbang dan tidak menjejaskan nilai-nilai masyarakat serta alam semula jadi di desa. Bagi menyokong pembangunan komuniti desa ke arah yang lebih dinamik, proaktif dan menyeluruh, teras ini akan memfokuskan kepada aspek ekonomi dan sumber jaya desa. Masyarakat desa harus proaktif di dalam pemikiran dan tindakan untuk merealisasikan peranan desa sebagai sumber modal insan, modal fizikal dan sebagai lambang kebudayaan dan jati diri rakyat Malaysia. Masyarakat desa tidak lagi harus dianggap masyarakat 'subsidi' kerana terdapat pelbagai sumber jaya yang berpotensi dijana secara mampan.

"Ekonomi Luar Bandar / Desa Yang Produktif

Malaysia mempunyai ekonomi luar bandar yang berkembang pesat dengan peluang yang menarik, disokong oleh jaringan perhubungan terbaik, serta kemudahan dan perkhidmatan sosial yang setara dengan kawasan bandar"

Sumber: RMKe-11



3
Pernyataan
Dasar

8
Strategi

14
Langkah

ED 1 MENSTRUKTUR SEMULA EKONOMI DESA

Strategi ED1.1 Mempelbagaikan Aktiviti Ekonomi Berdasarkan Kelebihan dan Keperluan Setempat

Strategi ED1.2 Memberi Penekanan Kepada Tanaman Makanan

ED 2 MENINGKATKAN PRODUKTIVITI EKONOMI DESA

Strategi ED2.1 Memajukan Kluster Ekonomi Desa

Strategi ED2.2 Memantapkan Keupayaan Usahawan Desa

Strategi ED2.3 Menggalakkan Inovasi, Pensijilan Dan Penjenamaan

ED 3 PENGUKUHAN RANTAIAN NILAI (*VALUE-CHAIN*) EKONOMI DESA

Strategi ED3.1 Menggalakkan Perjanjian Bekalan

Strategi ED3.2 Menambah Penggunaan *E-Commerce* Di Dalam Pemasaran Produk Desa

Strategi ED3.3 Membudayakan Penggunaan Produk Desa Di Kalangan Masyarakat Umum



PERNYATAAN DASAR ED 1

MENSTRUKTUR SEMULA EKONOMI DESA

Pendapatan isi rumah penduduk desa bagi kumpulan terendah 40% (B40) pada tahun 2014 adalah RM1,760. Jumlah ini berbeza sebanyak RM1,167 berbanding kumpulan yang sama di bandar.

Pendapatan Isi Rumah Bulanan Purata Dan Insiden Kemiskinan, 2014

Kumpulan Isi Rumah	Jumlah	Bandar	Luar Bandar
Tertinggi 20%	RM 14,305	RM 15,690	RM 8,180
Pertengahan 40%	RM 5,662	RM 6,310	RM 3,729
Terendah 40%	RM 2,537	RM 2,927	RM 1,760

Sumber : Laporan Penyiasatan Pendapatan Isi Rumah Malaysia 2014, Jabatan Perangkaan Malaysia.

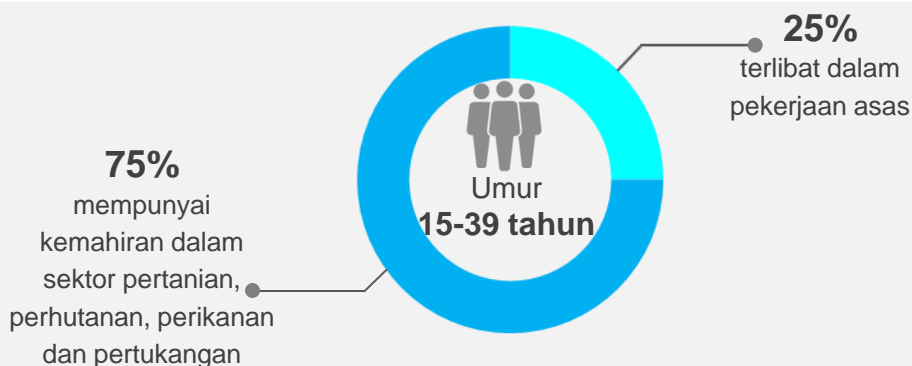
Faktor yang menyumbang kepada pendapatan purata desa yang rendah adalah:

- i. Ketidakstabilan pendapatan kerana sektor ekonomi desa masih tertumpu kepada pertanian komoditi getah dan kelapa sawit yang sering dilanda ketidakstabilan harga.
- ii. 45 peratus pekebun getah dan pekebun kecil kelapa sawit yang dibanci berusia melebihi 60 tahun dan ini mempengaruhi produktiviti dan kemampuan menyerap modal dan teknologi baru (*Banci RISDA, 2013*).
- iii. Skala operasi sektor di desa adalah kecil dan mempunyai pasaran yang terhad berbanding di bandar. Lebih 57 peratus pekebun kecil getah yang dibanci memperoleh pendapatan kurang dari RM1,000 sebulan manakala pekebun kecil kelapa sawit adalah 30 peratus (*Banci RISDA, 2013*).
- iv. Penggunaan tanah secara produktif banyak terhalang oleh pemilikan perkongsian (*co-ownership*) yang tidak sepakat, di samping persaingan dengan gunatanah komersial dan perumahan. Saiz pemegangan tanah kebanyakannya tidak ekonomik.
- v. Kadar penggunaan mesin dan hasil R&D pertanian adalah masih rendah. Kadar penciptaan dan aplikasi teknologi dan inovasi di peringkat aktiviti asas, hulu dan hiliran desa juga belum mencapai tahap yang sewajarnya.
- vi. Keupayaan untuk mengembangkan dan menambah nilai serta penjenamaan produk desa masih rendah dan tidak diusahakan secara bersepadu.
- vii. Kurangnya kesalinghubungan (*linkage*) antara desa dan firma atau rangkaian perniagaan yang mantap untuk menembusi pasaran di bandar dan luar negara.
- viii. Sektor PKS pertanian desa tidak mempunyai nilai tambah produk yang tinggi, memberikan pendapatan (gaji, upah dan keuntungan) yang rendah serta mempunyai nilai harta tetap (aset) yang rendah.
- ix. 36 peratus penduduk yang aktif di dalam sektor informal di desa menjalankan usaha secara kecil-kecilan dan tidak mampu berkembang kerana masalah kewangan.

Pendapatan penduduk desa boleh dipertingkatkan melalui pengeluaran produk yang bernilai tambah tinggi dan mempunyai kepelbagaian aktiviti ekonomi desa. Perancangan pembangunan ekonomi setempat (*local economic development*) yang strategik mampu memberi pelbagai faedah jangka panjang kepada penduduk.

Faedah pertama ialah sumber pendapatan baru atau alternatif yang lumayan daripada kepelbagaian aktiviti pertanian, perikanan, penternakan, pembuatan, pelancongan dan kraf tangan desa. Aktiviti yang dipilih perlu sesuai dengan kekuatan produk, kesediaan sumber, kehendak pasaran dan hala tuju kampung itu sendiri. Pemilihan jenis aktiviti ekonomi haruslah dibuat berdasarkan perbincangan dengan penduduk dan kepimpinan kampung, kerana pendekatan dari bawah ke atas (*bottom-up*) adalah terbaik untuk mendapatkan komitmen dari penduduk sendiri.

Faedah kedua ialah ekonomi baru kampung ini dapat menarik anak muda desa terutama bagi kumpulan umur 15 hingga 39 tahun untuk terlibat sama dalam memakmurkan ekonomi desa. Persepsi negatif bahawa persekitaran kerja kurang kondusif, peluang kemajuan kerjaya yang terhad dan upah yang rendah boleh diubah sekiranya mereka mencari peluang baru yang kompetitif.



Sumber: Jabatan Perangkaan Malaysia, 2014.

Faedah ketiga ialah sokongan kepada agenda keselamatan makanan (*food security*) negara. Peralihan sektor pertanian desa kepada agromakanan adalah bertepatan dengan hasrat kerajaan yang terkandung di dalam Dasar Pertanian Negara 2011-2020 untuk menambah kapasiti pengeluaran makanan tempatan. Walaupun sumbangan subsektor pertanian kepada KDNK negara adalah 44.3 peratus, namun peratusan sumbangan ini tidak seimbang antara makanan dan industri. Ini semestinya menjejaskan keupayaan desa untuk mengeluarkan produk agromakanan, yang lazimnya boleh memanfaatkan tanah bersaiz kecil dan sederhana. Penanaman tanaman makanan juga membantu penduduk desa menangani kos kehidupan yang meningkat dan masalah bekalan makanan yang tidak stabil.

Keluasan Tanah Untuk Agromakanan

Tahun 2010
922,000 hektar



Tahun 2020
841,000 hektar

Keluasan Tanah Pertanian Yang Terbiar Dan Tidak Diusahakan Tahun 2014

119,273 hektar

Sumber: Jabatan Pertanian Malaysia, 2014.

Faedah keempat dan terpenting dari langkah penstrukturan semula ekonomi desa ialah kepelbagaian ekonomi yang berteraskan kelebihan sumber setempat. Produk utama keluaran setiap kampung haruslah disesuaikan dengan kekuatan dan keunikan sumber sedia ada seperti jenis tanah, cuaca, kemahiran pekerja, pengetahuan tradisi dan kecantikan alam semula jadi. Jenis-jenis aktiviti yang dipilih sama ada untuk pertanian, penternakan perikanan, pelancongan, haruslah disusun untuk merangkumi aktiviti yang hanya dilaksanakan secara bermusim, aktiviti tetap, aktiviti hulu dan hiliran serta aktiviti keperluan desa seperti tanaman makanan dan tanaman landskap keindahan desa.

STRATEGI

ED 1.1

Mempelbagaikan Aktiviti Ekonomi Berdasarkan Kelebihan dan Keperluan Setempat

STRATEGI

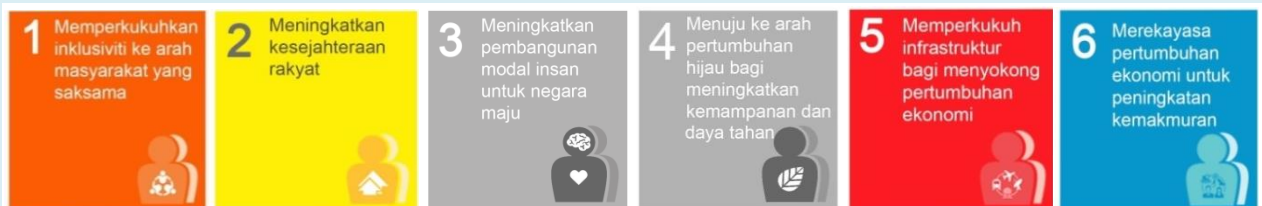
ED 1.2

Memberi Penekanan Kepada Tanaman Makanan

Perkaitan berdasarkan SDGs



Perkaitan berdasarkan RMKe-11



Strategi ED 1.1

Mempelbagaikan Aktiviti Ekonomi Berdasarkan Kelebihan dan Keperluan Setempat

Produk utama keluaran setiap kampung haruslah disesuaikan dengan kekuatan dan keunikan sumber sedia ada seperti jenis tanah, kemahiran pekerja dan keadaan alam semula jadi.

Mengusahakan projek ekonomi berasaskan sumber tempatan, produk hulu dan hiliran, produk ikonik atau niche

Produk desa yang sesuai diusahakan berdasarkan kekuatan sumber tempatan adalah:

Masyarakat Orang Asli : penekanan boleh diberi kepada aktiviti pengkomersialan sumber berasaskan hutan seperti gaharu, herba, tongkat ali dan lain-lain sebagai sumber pendapatan tetap.

Program inap desa : diperluaskan dengan mengambil kira kelebihan yang ada di desa seperti kebudayaan (tarian, lagu, penceritaan), adat resam, kemahiran, bahan-bahan artifak tradisional / budaya etnik (termasuk Melayu, Cina, India, Kadazan, Dayak, Orang Asli dan lain-lain).

Desa berasaskan penternakan : berpotensi dijadikan kawasan tarikan pelancongan, restoran makanan segar dan pembuatan makanan sejuk beku.

Desa berasaskan pertanian dan perikanan : dibangunkan dengan pelbagai produk hiliran, *by-product* dan produk bernilai tambah tinggi seperti makanan berasaskan ikan, buah-buahan tempatan, bahan *by-product* dari kelapa sawit dan getah, kertas dan kraf tangan dari fiber batang pokok pisang atau dari kerang / kupang, perabot dari kayu getah dan sebagainya. Dasar Komoditi Negara oleh Kementerian Perusahaan Perladangan dan Komoditi (KPPK) mengandungi pelbagai strategi memperkasakan sektor komoditi perladangan terutama berasaskan kelapa sawit, kayu, getah dan koko, di samping meneroka pembangunan sumber pertumbuhan baru termasuk kenaf, sago dan jatropha yang mempunyai potensi dalam menyumbang kepada ekonomi negara.

Kepelbagaian Aktiviti Ekonomi Desa



Produk input pertanian seperti makanan haiwan, racun dan baja organik juga mempunyai potensi yang besar selari dengan matlamat penggantian import untuk input pertanian negara. Ini adalah kerana kos input pertanian yang tinggi menjadikan sektor pertanian negara kurang menguntungkan. Oleh yang demikian, terdapat ruang permintaan yang luas untuk pengeluaran bahan input pertanian yang boleh dieksploitasikan oleh petani desa.

Dari segi pelancongan khususnya, setiap desa yang terlibat boleh merancang senarai aktiviti yang boleh ditawarkan sebagai pakej agropelancongan, ekopelancongan, pelancongan warisan dan lain-lain. Pakej yang disusun sebaiknya berdasarkan ciri-ciri pelancong yang disasarkan. Contohnya, pelancong antarabangsa yang menggemari aktiviti ekopelancongan biasanya lebih berminat untuk mencuba pengalaman tidur di suasana alam semula jadi taman rimba. Strategi khusus haruslah digubal untuk memberikan pengalaman yang terbaik untuk mereka. Malaysia mempunyai kepelbagaian sumber dan landskap, spesis flora dan fauna yang unik, penempatan atas air, hutan tropikal, kawasan paya bakau, aktiviti penyelaman yang menarik. Pelaburan dalam sektor ini membantu penawaran infrastruktur ekopelancongan yang lebih berkualiti, rangkaian perkhidmatan (tempat tinggal, makanan, pengangkutan, kraf tangan, kebudayaan) dan latihan modal insan yang lebih mantap.

Dengan adanya struktur ekonomi tempatan yang berdaya maju, usaha promosi dengan kerjasama agensi kerajaan yang berkenaan, pihak media arus perdana dan media alternatif perlu diperluaskan. Ini termasuklah menggunakan pendekatan memperkenalkan sesuatu “produk ikonik” atau “produk premium” yang boleh dikaitkan dengan rasa / bentuk yang unik dan berkualiti, sejarah kampung atau kaitan dengan filem atau selebriti yang mempunyai kaitan dengan kampung tersebut.

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
ED1.1A: Mengusahakan projek ekonomi berasaskan sumber tempatan, produk hulu dan hiliran serta produk ikonik atau <i>niche</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang mempunyai perancangan struktur ekonomi yang baik. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Jabatan Pertanian Jabatan Perikanan Jabatan Veterinar Jabatan Pelancongan JAKOA 	<ul style="list-style-type: none"> Pejabat Daerah dan Tanah PLANMalaysia@Negeri
Grid Tipologi						
U1	U2	UR	RU	R5	R6	

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)

Strategi ED 1.2

Memberi Penekanan Kepada Tanaman Makanan

Dasar Agromakanan Negara (DAN), 2011-2020 memberikan tumpuan kepada pembangunan industri agromakanan. Ini adalah bertepatan dengan usaha kerajaan bagi menjamin bekalan makanan yang mencukupi dan selamat kepada rakyat serta meningkatkan sumbangan kepada pendapatan negara dan usahawan tani. Isu jaminan bekalan makanan dunia yang semakin kompleks berikutan sumber alam semula jadi seperti tanah dan air yang semakin terhad serta perubahan iklim global memerlukan satu pendekatan strategik bagi mengatasi pelbagai senario masa hadapan. Kerajaan amat prihatin terhadap kos sara hidup yang ditanggung oleh rakyat.

Terdapat ketidakseimbangan antara subsektor agromakanan dan agroindustri. Sumbangan subsektor getah, kelapa sawit, perhutanan dan pembalakan menyumbang kepada 55.7 peratus KDNK pertanian, berbanding sumbangan subsektor agromakanan.

Sumbangan Subsektor Terpilih Kepada KDNK Sektor Pertanian



Sumber: Indikator Pertanian Terpilih Malaysia, Jabatan Pertanian Malaysia, 2013.

Jumlah keluasan tanah pertanian bagi makanan menurun sebanyak 0.8% setahun dalam tempoh 2000 hingga 2010. Penurunan ini adalah berikutan penukaran kawasan tanaman makanan kepada tanaman kelapa sawit serta pembangunan kawasan kediaman dan industri.

Menambah bilangan projek tanaman makanan skala besar yang sesuai di kawasan desa

Petani dan agensi pembangunan tanah harus digalakkan meneroka tanaman alternatif terutama makanan yang mempunyai permintaan lebih stabil seperti buah-buahan dan sayuran. Buah-buahan seperti belimbing besi, betik, tembikai, nenas dan mangga telah berjaya dieksport ke luar negara. Dasar Agromakanan Negara 2011-2020 juga telah mengesyorkan beberapa produk pertanian bernilai tinggi seperti sarang burung walit, ikan hiasan, rumpai laut, herba dan rempah ratus, florikultur dan cendawan yang boleh diusahakan secara besar-besaran di lokasi sesuai. Program Mini Estet atau tanaman berkelompok bagi sayur-sayuran dan buah-buahan serta produk pertanian bernilai tinggi haruslah digalakkan.

Pelbagai program pertanian bersepadu seperti Taman Kekal Pengeluaran Makanan, Agropolitan dan Akuapolitan telah diperkenalkan lengkap dengan penyediaan kediaman dan kemudahan asas untuk menarik golongan sasaran kepada sektor pertanian, penternakan dan perikanan.

Menggerakkan projek tanaman di kawasan tanah terbiar dan persekitaran rumah

Pada tahun 2014, terdapat 69,734 lot dengan keluasan 119,273 hektar tanah terbiar boleh digunakan untuk tanaman makanan terutamanya tanaman jangka pendek seperti sayuran dan sebilangan tanaman herba. Kos pembaikan tanah juga adalah lebih rendah, maka tidak merugikan petani yang menyewa tanah sekiranya tanah tersebut diambil semula oleh pemilik.

Tanaman makanan juga sesuai ditanam di persekitaran rumah (untuk kegunaan sendiri dan pertukaran dengan jiran tetangga) dan sebenarnya dapat membantu menyelesaikan masalah tanah terbiar. Ini kerana tanaman makanan seperti sayur-sayuran dan buah-buahan boleh memanfaatkan tanah bersaiz kecil atau sederhana, serta mengambil masa yang pendek antara penanaman dan penuaian (*harvest*).

TAHUN 2014
69, 734 lot
 dengan keluasan
119,273 hektar
 tanah terbiar

Sumber: Jabatan Pertanian Malaysia, 2014.

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
ED1.2A: Menambah bilangan projek tanaman makanan skala besar yang sesuai di kawasan desa. Grid Tipologi U1 U2 UR RU R5 R6	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang terlibat dalam projek tanaman makanan skala besar. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Kementerian Pertanian Malaysia Pihak Berkuasa Tempatan PLANMalaysia@Negeri KKLW 	<ul style="list-style-type: none"> Pejabat Daerah dan Tanah PLANMalaysia
ED1.2B: Menggerakkan projek tanaman di kawasan tanah terbiar dan persekitaran rumah. Grid Tipologi U1 U2 UR RU R5 R6	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang mempunyai kempen dan projek tanaman makanan. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Kementerian Pertanian Malaysia 	<ul style="list-style-type: none"> Pejabat Daerah dan Tanah PLANMalaysia

* *Nota : Contoh projek tanaman berskala besar adalah seperti projek Agropolitan, Akuapolitan dan Taman Kekal Pengeluaran Makanan.

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)



PERNYATAAN DASAR ED 2

MENINGKATKAN PRODUKTIVITI EKONOMI DESA

Pendapatan penduduk desa boleh diperkukuhkan melalui peningkatan produktiviti dan pengeluaran produk bernilai tambah tinggi. Usaha ke arah ini memerlukan pembentukan kluster ekonomi yang berkesan, pengukuhan R&D, inovasi, penjenamaan, pelaksanaan amalan pertanian / pembuatan yang mampan, pembangunan modal insan yang bestari, penyertaan PKS yang menguntungkan dan aktif serta keunggulan khidmat sokongan kerajaan.

Aktiviti ekonomi desa diusahakan secara kecil-kecilan dan ini merumitkan perancangan bekalan input dan seterusnya pemasaran output desa secara konsisten dan berkesan. Terdapat aktiviti ekonomi yang tidak mampu bertahan lama atau berkembang seperti yang diharapkan walau pun mempunyai produk yang baik dan berpotensi.

Faktor Produktiviti Sektor Pertanian Di Kawasan Desa Yang Masih Tidak Memuaskan Dan Perlu Ditambah Baik

1. Tidak diuruskan secara komersil atau menggunakan kaedah pengurusan yang profesional
2. Tidak menggunakan buruh terlatih
3. Tidak mengoptimumkan sumber ekonomi sedia ada
4. Kurang menggunakan hasil R&D dan teknologi maklumat untuk lebih menepati cita rasa pelanggan
5. Tidak mempunyai ekonomi skala yang mencukupi.
6. Aktiviti berskala kecil dan bertaburan
7. Kekurangan tenaga kerja ekoran migrasi keluar berterusan penduduk produktif ke kawasan bandar
8. Kurangnya minat generasi semasa untuk melibatkan diri dalam ekonomi desa
9. Tidak menggunakan khidmat latihan, kredit dan teknologi yang disediakan

Masyarakat desa mempunyai potensi modal insan yang besar. Kadar literasi desa di Malaysia adalah tinggi dan ini membolehkan penduduk desa melalui pelbagai latihan dan bekerja secara berkesan. Namun begitu, terdapat beberapa halangan kepada potensi ini iaitu masalah keciciran pelajar, pengangguran dan penagihan dadah. Masalah keciciran di kalangan pelajar Orang Asli adalah lebih membimbangkan kerana setiap tahun, tren menunjukkan ramai yang tidak menyambung persekolahan dari Darjah 6 ke Tingkatan 1. Peratusan ini direkodkan dari tahun 2009 hingga 2013. Pada tahun 2013, terdapat 3.2 peratus penganggur di desa yang mana 42 peratus terdiri daripada golongan muda yang berumur 20 hingga 24 tahun.

**Kadar literasi desa
96%
bagi lingkungan umur
10 hingga 64 tahun**

Sumber modal insan desa perlulah dibangunkan demi kemajuan ekonomi desa. Penduduk desa berada di dalam persekitaran yang hijau, subur dan kaya dengan sumber warisan yang berpotensi untuk diusahakan secara lestari.

Dasar ini mencadangkan penggunaan konsep kluster di dalam perancangan kemajuan aktiviti ekonomi setempat (*local economic development*) di samping usaha bagi memastikan penggunaan sumber tanah, badan air, modal insan dan kelebihan lain yang terdapat di desa secara optimum untuk kesejahteraan kampung bagi jangka panjang. Fokus juga perlu diberi kepada kaedah pengusahaan, aplikasi teknologi terkini dan penggunaan klon tanaman / spesis ternakan / ikan bernilai tinggi.

STRATEGI ED 2.1 Memajukan Kluster Ekonomi Desa

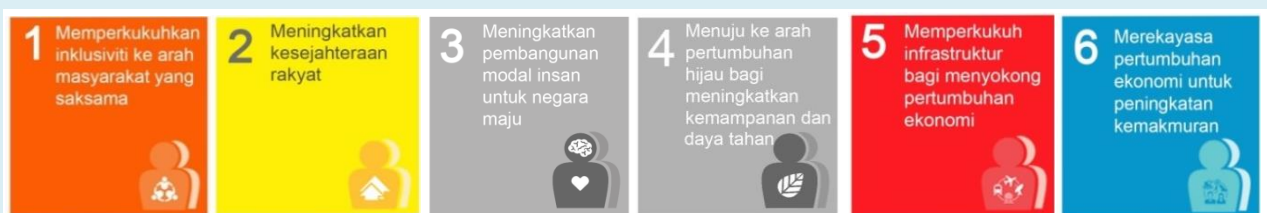
STRATEGI ED 2.2 Memantapkan Keupayaan Usahawan Desa

STRATEGI ED 2.3 Menggalakkan Inovasi, Pensijilan Dan Penjenamaan

Perkaitan berdasarkan SDGs



Perkaitan berdasarkan RMKe-11



Strategi ED 2.1

Memajukan Kluster Ekonomi Desa

Program kluster ekonomi bertujuan untuk membangunkan produk atau perkhidmatan bernilai tinggi dan mempunyai identiti daerah masing-masing dengan cara yang terancang dan pada skala yang lebih ekonomik.

Kebaikan Perancangan Kluster

- 1 Infrastruktur dan premis yang sesuai (rancangan latihan, pusat pengumpulan, pemprosesan, logistik dan lain-lain, ruang gerai) boleh dibangunkan secara tersusun dan dapat mengelakkan dari pembukaan tanah baru.
- 2 Pelancongan desa boleh disusun di bawah satu program pelancongan wilayah untuk memudahkan pelancong menyusun pakej secara bersepadu mengikut kehendaknya.
- 3 Inkubator pemprosesan makanan dapat memberikan manfaat dari segi jaminan bekalan dan kualiti yang konsisten, selain dari penjenamaan khas wilayah / daerah yang lebih kemas dan tersusun.
- 4 Menaik taraf status operasi industri desa dan membolehkan pelbagai kemudahan dan insentif disalurkan kepada pengusaha dan pelabur mengikut kategori industri yang diceburi.
- 5 Memudahkan pemasaran setiap produk yang dihasilkan oleh pengusaha industri desa kepada firma besar di bandar.



Aktiviti industri desa perlu berubah daripada beroperasi di kawasan rumah dan kebun kepada kawasan industri terancang. Ini bagi membolehkan pelbagai kemudahan dan insentif disalurkan kepada pengusaha dan seterusnya, menaik taraf imej industri agar lebih berdaya maju dan berdaya saing. Lokasi tapak perlu dikenal pasti bagi menempatkan kawasan industri terancang yang akan dilengkapi dengan kemudahan infrastruktur dan pelbagai kemudahan sokongan. Selaras dengan Program Transformasi Luar Bandar, operasi industri desa sedia ada perlu dinaik taraf kepada PKS mengikut amalan pembuatan baik berasaskan piawaian mutu perkhidmatan dan kualiti produk yang diiktiraf.



Menambah projek kluster pertanian, perikanan dan penternakan

Perusahaan projek pertanian secara berkelompok digalakkan kerana ini akan menambah produktiviti dan keluasan tanaman melebihi dari saiz tanah sebenar. Sebagai contoh, sayur-sayuran ditanam bersama dengan tanaman memanjat lain, tanaman cili di kebun kelapa, projek lebah madu dan tanaman makanan di kawasan rumah. Kepelbagaian tanaman antara bermusim dan kontan perlu giat diusahakan untuk memperolehi pendapatan yang cepat dan berterusan sepanjang tahun.

Keluasan, Pengeluaran dan Purata Hasil Pengeluaran Tanaman Padi, Tanaman Industri dan Tanaman Sayur-Sayuran Utama Tahun 2012

	Keluasan	Pengeluaran	Purata Hasil Pengeluaran
Tanaman Padi 	501,090 hektar	2,243,206 tan metrik	4,477 kg. per hektar
Tanaman Industri 	56,899 hektar	604,291 tan metrik	10,620 kg. per hektar
Tanaman Sayur-sayuran 	55,073 hektar	1,238,412 tan metrik	22.5 kg. per hektar

Sumber: Jabatan Pertanian Malaysia, 2013.

Kawasan padang ragut yang tidak digunakan untuk aktiviti penternakan (terbiar) perlu dibangunkan semula dengan projek ternakan kluster bernilai tambah tinggi seperti ladang fidlot bagi penggemukan lembu dan penghasilan lembu daging yang bermutu tinggi. Selain projek integrasi ternakan dengan tanaman komoditi khususnya kelapa sawit dan getah, penggunaan penuh kawasan padang ragut akan dapat meningkatkan produktiviti sektor penternakan selain mengatasi masalah kekurangan tanah yang sesuai bagi pengembangan aktiviti penternakan.

Bilangan Ternakan, Semenanjung Malaysia

Tahun 2009	Tahun 2013*
2,845,676	2,695,932

Sumber : Jabatan Perkhidmatan Veterinar Malaysia, 2013.
Nota : *Anggaran bagi ternakan kerbau, lembu, kambing, bebiri dan babi

Pengeluaran Hasil Ternakan, Semenanjung Malaysia (metrik tan)

Jenis Ternakan	2009	2013*
Daging Lembu / Kerbau	41,008	52,122
Daging Kambing / Bebiri	2,093	3,531
Daging Babi	166,641	185,550
Daging Ayam / Itik ('000 metrik tan)	1,096	1,273

Sumber : Jabatan Perkhidmatan Veterinar Malaysia, 2013.

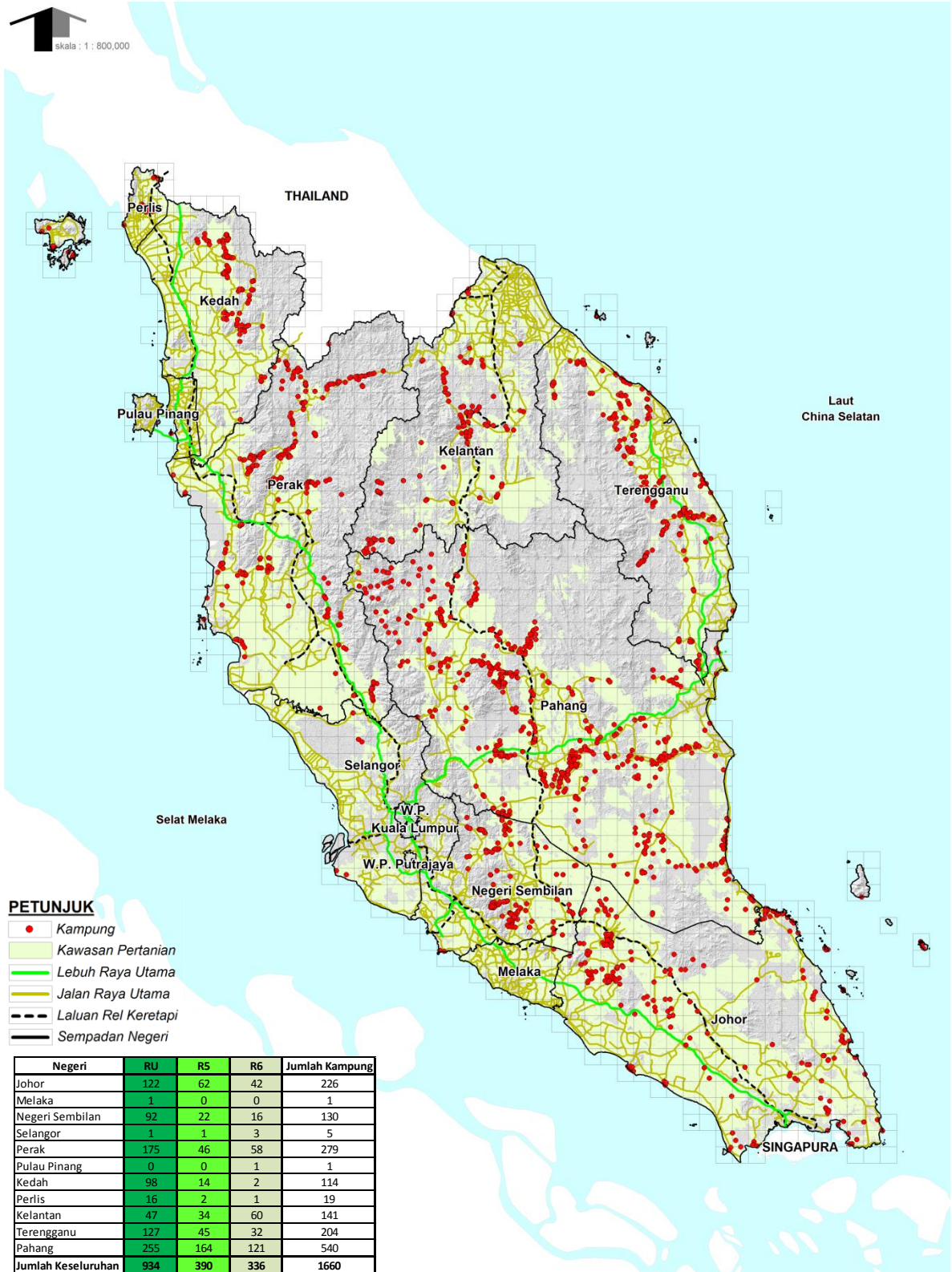
Kewujudan banyak kawasan bekas lombong, tasik, sungai-sungai utama dan kawasan berpaya amat baik untuk dijadikan alternatif bagi meningkatkan aktiviti perikanan akuakultur, khususnya ternakan ikan dalam sangkar (bagi ternakan pelbagai spesis yang mempunyai nilai komersial tinggi seperti ikan tilapia merah / hitam, karp, lampam, sebarau, patin dan sebagainya). Negeri-negeri yang kaya dengan kawasan bekas lombong, tasik dan sungai termasuklah Negeri Perak, Pahang, Johor, Terengganu dan Kelantan. Penggunaan secara optimum kawasan badan air sedia ada akan dapat meningkatkan produktiviti sektor perikanan, khususnya perikanan air tawar dan mengurangkan pergantungan tinggi kepada hasil tangkapan perikanan laut dalam. Perancangan tersebut juga perlu mematuhi rawatan air sisa ke tahap piawaian yang ditetapkan oleh agensi pemantauan bagi mengekalkan kualiti kawasan badan air. Cadangan senarai semak projek kluster pertanian, perikanan, penternakan adalah seperti **Jadual 8.1** dan kampung yang berpotensi adalah seperti **Rajah 8.1**, **Rajah 8.2** dan **Rajah 8.3**.

Jadual 8.1: Cadangan Senarai Semak Projek Kluster Pertanian, Perikanan, Penternakan

Elemen	Senarai semak	Elemen	Senarai semak
Perancangan	<ul style="list-style-type: none"> Menyenaraikan aktiviti pertanian yang strategik: <ul style="list-style-type: none"> Keperluan makanan - buah-buahan, sayur-sayuran, susu, daging, ayam dan ikan Tanaman ikonik atau unik Tanaman bermusim Tanaman jualan atau untuk IAT Input pertanian seperti baja organik, racun perosak, benih pokok dan baka ternakan 	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> Menambahbaik promosi Pasar Minggu, GBBS, Pasar Tani di pekan untuk hasil pertanian segar dan produk IAT. Mengadakan promosi untuk memperolehi tenaga kerja dan usahawan yang sesuai melalui program latihan atau temuduga. Menambahbaik akses dan premis Pasar Tani di lokasi dalam kampung untuk menarik pengunjung dari bandar. Memberi insentif kepada penggiat seni (filem, lagu, tarian, teater) yang mempamerkan imej positif kegiatan pertanian / penternakan / perikanan serta IAT. Mengadakan aktiviti <i>match-making</i> antara petani dan pengusaha IAT, hotel, restoran dan rangkaian peruncit dan pasaraya dan institusi lain (termasuk pejabat kerajaan dan swasta, IPTA) bagi memperbanyakkan kontrak pembekalan terus / <i>direct supply contracts</i>. Mengaitkan aktiviti pertanian dan pelancongan (kelas memasak, <i>animal petting</i>, <i>tractor rides</i>, menangkap ikan, pertandingan dan karnival menanam atau memetik buah dan lain-lain). Menganjurkan karnival, festival produk tani desa.
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Penetapan lokasi tanah kebun, padang ragut, badan air yang sedia ada dan berpotensi, kadar sewaan tanah. Pembinaan inkubator untuk IAT makanan yang bersih dan teratur dengan mesin yang bersesuaian (mengumpul, membersihkan, memasak, menggred dan membungkus). Membangunkan aplikasi telefon untuk maklumat pasaran dan tren permintaan. 		
Latihan	<ul style="list-style-type: none"> Penganjuran latihan dan <i>R&D</i> untuk pengusaha IAT (contoh : pembuatan jem, jeruk, keropok, jeli, mee, makanan sejuk beku, daging salai, acar buah, pes, madu, <i>nugget</i> dan bebola, kordial, biskut, keju, telur masin / pindang, herba, kosmetik dan lain-lain). Memberi latihan kepada ahli koperasi yang bertanggungjawab melaksanakan program pertanian atau IAT. Mengenal pasti keperluan latihan setiap individu usahawan dan mentor yang sesuai. Menyenaraikan skim dan program bantuan yang ada bagi pertanian, perikanan dan penternakan. Menyusun program lawatan sambil belajar ke kampung lain bagi mempelajari kaedah yang berjaya. 		

Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

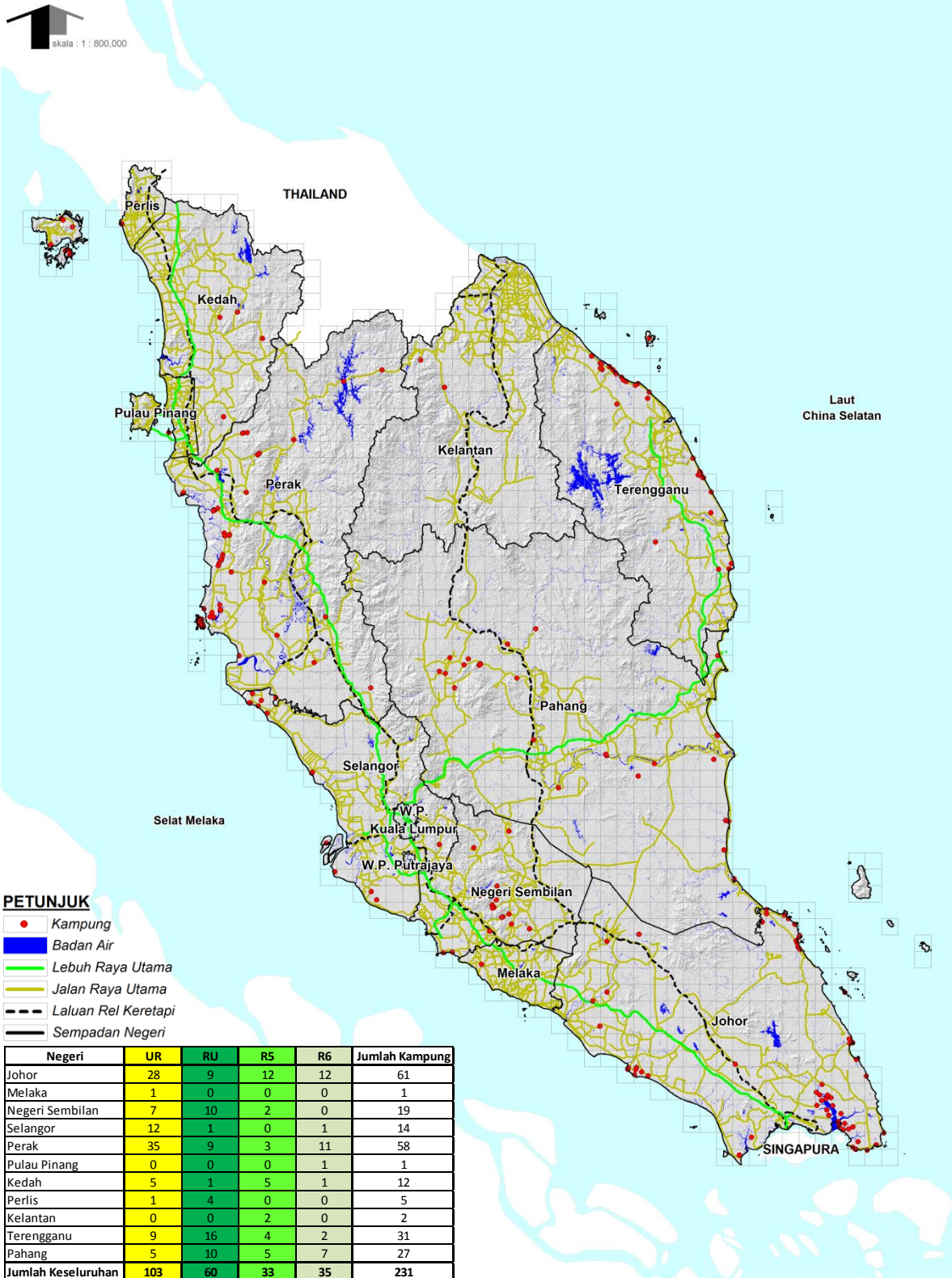
Rajah 8.1 : Taburan Kampung Berpotensi Menjalankan Aktiviti Pertanian



Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

Nota: Tiada kampung di Negeri Pulau Pinang dan WP Labuan yang berpotensi menjalankan aktiviti pertanian.

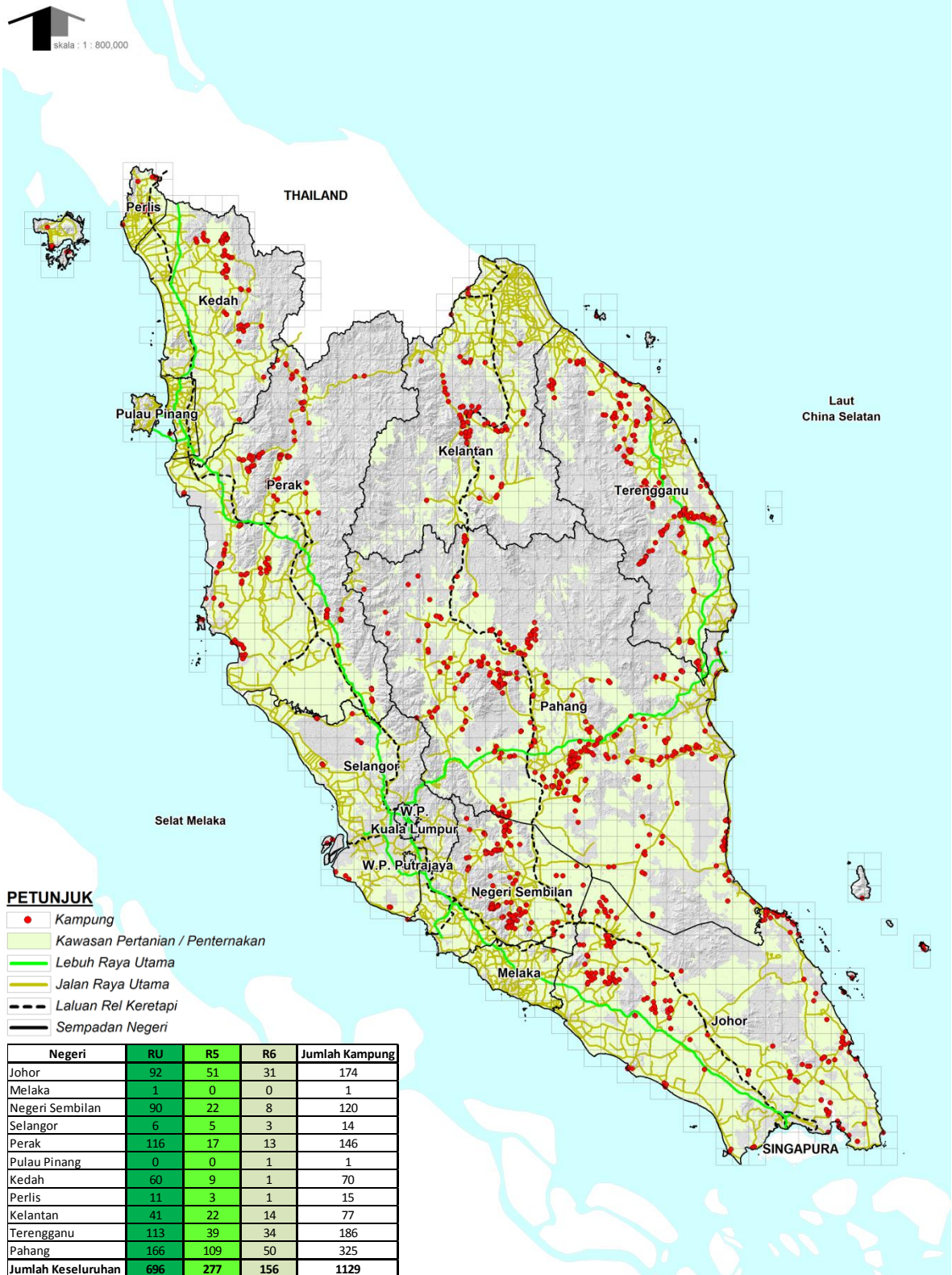
Rajah 8.2 : Taburan Kampung Berpotensi Menjalankan Aktiviti Perikanan



Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

Nota: Tiada kampung di WP Labuan yang berpotensi menjalankan aktiviti perikanan.

Rajah 8.3 : Taburan Kampung Berpotensi Menjalankan Aktiviti Penternakan



Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

Nota: Tiada kampung di WP Labuan yang berpotensi menjalankan aktiviti perikanan.

Menambah projek kluster pelancongan eko, agro dan warisan

Status negara sebagai peneraju utama produk persijilan halal bagi produk pertanian, perindustrian, pelancongan dan perkhidmatan telah menyediakan asas yang kukuh dan membuka banyak peluang bagi sektor pelancongan negara. Struktur etnik, asas ekonomi dan sosio budaya desa sedia ada akan memudahkan langkah inklusif di dalam pembangunan produk halal negara dan seterusnya, berpotensi membentuk imej ikonik desa dalam jangka masa panjang. Sumber jaya pelancongan desa perlu diterokai secara berkelompok untuk memaksimumkan minat pelancong dalam dan luar negeri melawat kawasan yang terlibat berbanding dengan kawasan-kawasan pelancongan yang sedia terkenal (**Rajah 8.4, Rajah 8.5 dan Rajah 8.6**).



Sumber jaya pelancongan desa ini dapat memberikan hasil pulangan dan pendapatan lumayan bukan sahaja kepada syarikat pemandu pelancong, tetapi kepada pengusaha inap desa, pengusaha restoran, pengusaha aktiviti sukan dan kebudayaan di kampung tersebut. Senarai semak bagi projek kluster pelancongan eko, agro, warisan dan inap desa adalah seperti **Jadual 8.2**.

Menurut statistik yang ada dari Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (2014), pelbagai sumber jaya desa yang boleh dieksploitasi secara mampan meliputi sejumlah 924 sumber tarikan pelancongan di Semenanjung Malaysia dan WP Labuan. Sumber-sumber tarikan ini boleh diperluaskan untuk dibangunkan secara bersepadu dengan aktiviti ekonomi penduduk desa yang lain khususnya pertanian, penternakan dan perikanan selain pemeliharaan aset warisan sejarah serta budaya hidup, adat resam dan kesenian masyarakat desa pelbagai bangsa. Ini adalah cara asas bagaimana sebuah kluster pelancongan dapat dimulakan.



Taman Negara Pahang

924

Sumber Tarikan Pelancongan di Semenanjung Malaysia

427

Pelancongan
Eko

Rangkaian banjaran gunung-ganang dan hutan simpan semula jadi lebih banyak tertumpu di bahagian tengah Semenanjung Malaysia iaitu di Negeri Perak, Pahang, Negeri Sembilan dan Johor. Kawasan pesisiran pantai dan rangkaian pulau-pulau yang indah pula tertumpu di kawasan perairan Negeri Terengganu, Pahang, Johor, Perak, Pulau Pinang, Kedah dan WP Labuan.

84

Pelancongan
Agro

Kawasan jelapang padi di Negeri Kedah, Perak, Kelantan dan Selangor, dusun buah-buahan tempatan di Negeri Pulau Pinang, Perak, Pahang, Negeri Sembilan dan Johor, ladang ternakan rusa, lembu dan bebiri serta ternakan madu lebah / kelulut di Negeri Pahang, Perak, Negeri Sembilan dan Johor.

413

Pelancongan
Kebudayaan, Seni Dan
Warisan Sejarah

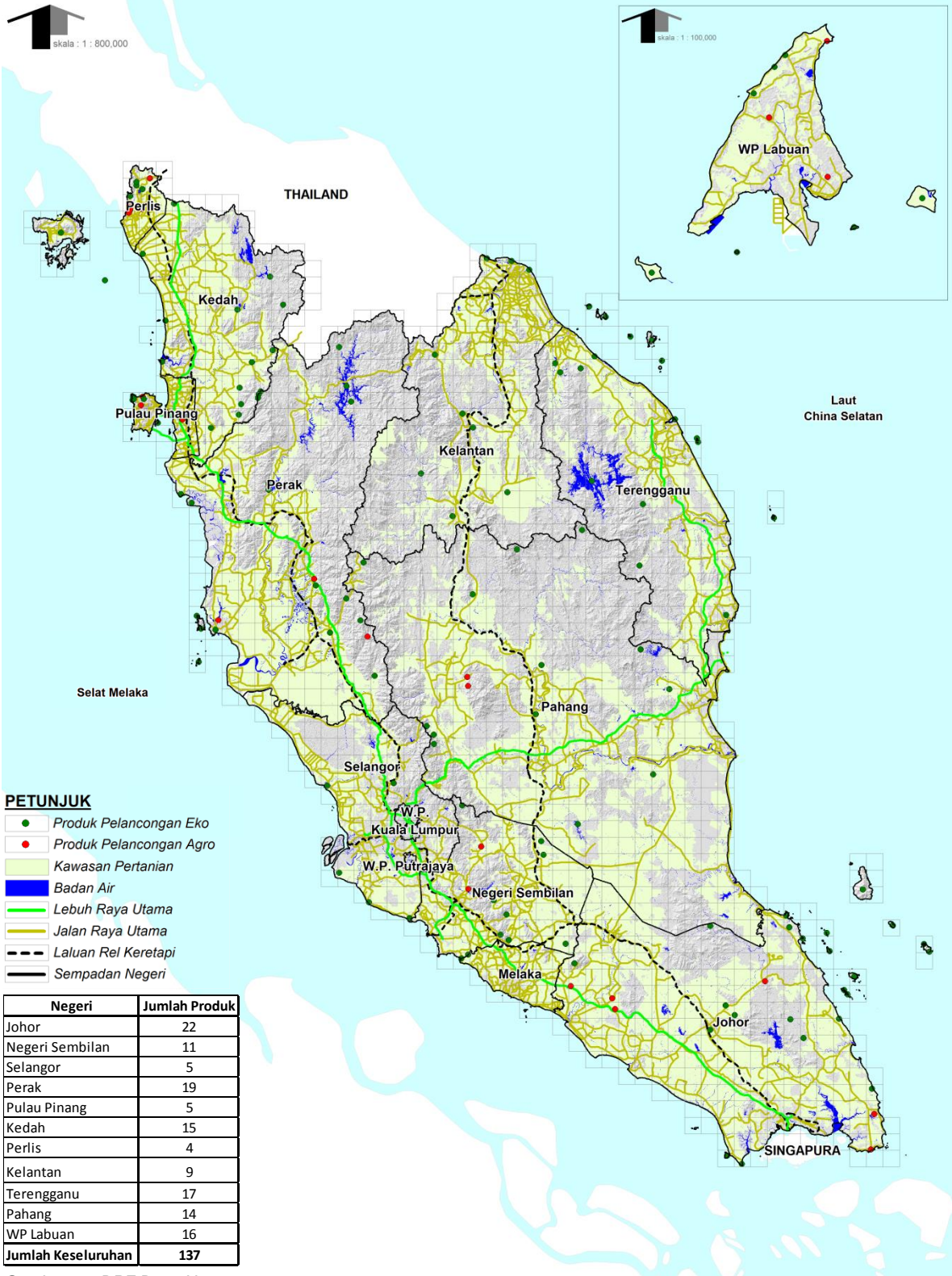
Aset warisan sejarah pada amnya, meliputi pelbagai objek alam binaan yang mempunyai nilai warisan yang tinggi seperti tapak dan bangunan bersejarah, masjid dan rumah ibadat lain, muzium, makam pahlawan dan kesultanan dan sebagainya.

Sumber: Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, 2014.

Produk-produk warisan dan sejarah yang terdapat di desa perlu diwarta di bawah Jabatan Warisan Negara. Ini bagi memastikan produk-produk warisan kekal dipelihara dan dipulihara untuk generasi akan datang. Selain itu, pemeliharaan produk-produk ini juga mampu menjadi tarikan pelancong yang berkunjung di desa sekiranya ianya dijaga dan diselenggara dengan sebaiknya.



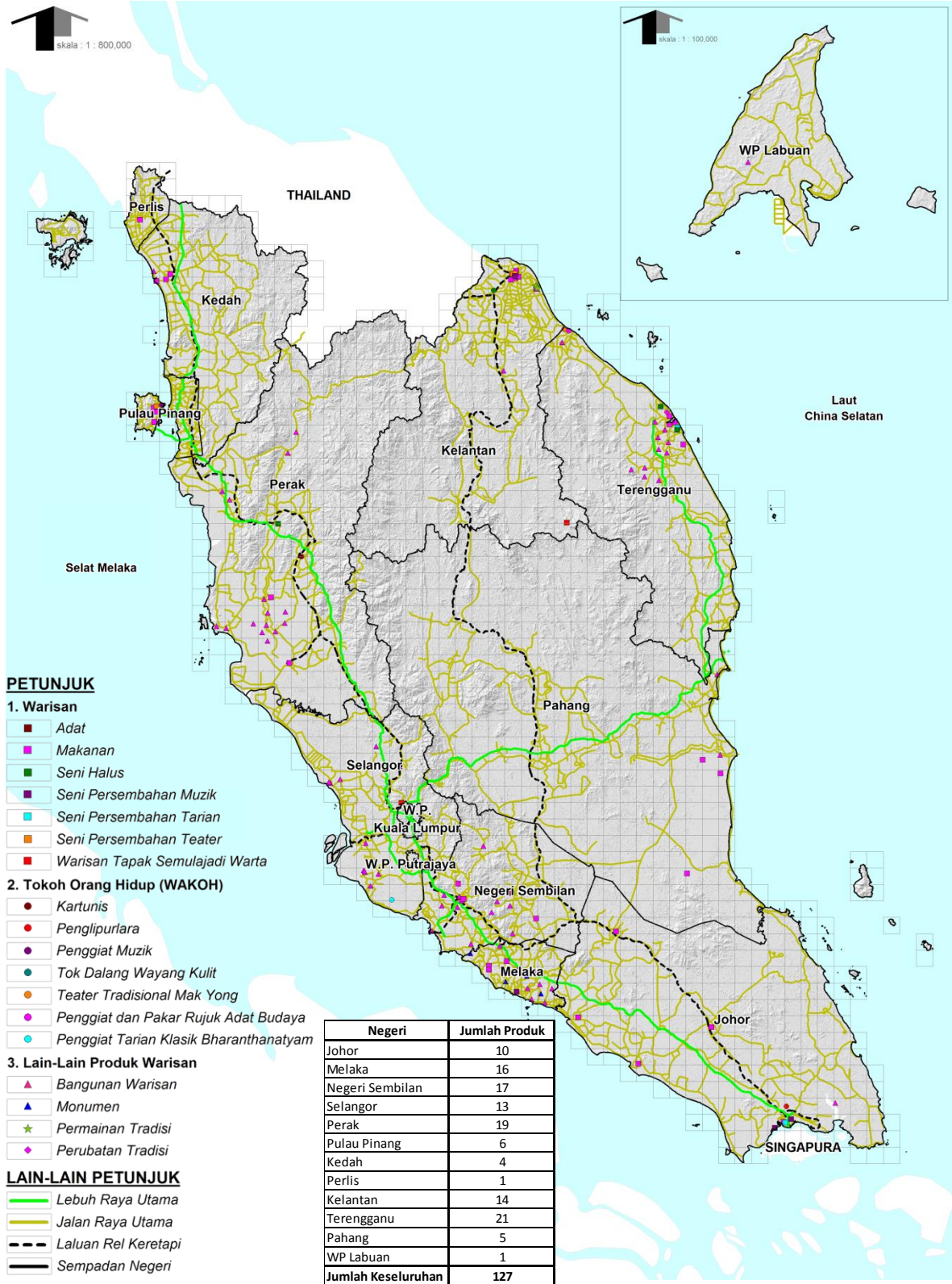
Rajah 8.4 : Taburan Produk Pelancongan Eko dan Agro Di Kawasan Desa



Sumber : 1. DPF Desa Negara, 2016.

2. Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, 2015.

Rajah 8.5 : Taburan Produk Warisan Desa Berdasarkan Pewartaan Jabatan Warisan Negara



Sumber : 1. DPF Desa Negara, 2016.
 2. Jabatan Warisan Negara, 2014.

Rajah 8.6 : Cadangan Koridor Warisan Desa Berdasarkan DPF Desa Negara



Sumber : DPF Desa Negara, 2016.


Jadual 8.2: Cadangan Senarai Semak Projek Kluster Pelancongan Eko, Agro, Warisan dan Inap Desa

Elemen	Langkah
Perancangan	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Membentuk visi, objektif dan strategi industri pelancongan desa setempat sama ada agropelancongan, ekopelancongan atau pelancongan berasaskan seni dan warisan budaya. ✓ Menggabungkan operator pelancongan setempat dalam satu persatuan/jawatankuasa. ✓ Menyenaraikan aktiviti pelancongan yang boleh dilaksanakan (memancing, berbasikal, berkuda, menari tarian tradisional, melukis batik, mengamati burung, berkayak, mendaki, sukan lasak, bermain wau, menanam padi dan lain-lain) ✓ Menyenaraikan tarikan pelancongan yang ada (kesan sejarah, gua dan bukit, pantai dan teluk, bengkel kraf tangan, kebun buah-buahan, taman herba, tugu peringatan, kubur orang kenamaan, muzium, terusan atau empangan dan lain-lain). ✓ Menyusun program lawatan sambil belajar dan pakej mesyuarat (lawatan ekologi, pertanian, kraf tangan, seni budaya, bahasa tempatan, sejarah dan arkeologi, flora dan fauna dan lain-lain).
Modal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mendapatkan geran modal dan kontraktor untuk kerja pemeliharaan dan pemuliharaan tapak warisan.
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Penetapan lokasi dan sempadan kawasan pelancongan. ✓ Pembangunan pusat maklumat pelancong. ✓ Pembangunan premis makanan yang berkonsepkan tradisional dan santai untuk menarik pengunjung dari bandar. ✓ Penyediaan pelbagai jenis penginapan termasuk inap desa atau hotel.
Latihan	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Melantik pegawai pelancongan khusus atau dikalangan penduduk tempatan. ✓ Menyediakan garis panduan untuk pengusaha inap desa. ✓ Penganjuran latihan hospitaliti dan nasihat teknikal untuk pengusaha premis makanan tradisional. ✓ Menganjurkan latihan hospitaliti dan nasihat teknikal untuk pengusaha pelancongan. ✓ Mengenal pasti operator khusus untuk setiap aktiviti / program pelancongan. ✓ Menganjurkan latihan pemandu pelancong. ✓ Penyediaan garis panduan etika pengusaha pelancongan. ✓ Meningkatkan latihan pemasaran, bahasa dan pembangunan produk melalui lawatan sambil belajar, perbincangan berkumpulan, latihan dalam komuniti dan perkongsian pengalaman dan pengetahuan.
Pemasaran dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Penyediaan brosur, papan tanda, peta, buku panduan pelancong. ✓ Penyediaan maklumat / iklan untuk firma pelancongan dan portal pelancongan. ✓ Menyelaraskan kalendar atur cara di semua peringkat (bulanan, tahunan).

Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

Sumber-sumber semula jadi sedia ada di kawasan desa amat baik dibangunkan untuk aktiviti pelancongan eko tanpa menjejaskan keaslian, ekosistem dan kualiti alam persekitaran aset tersebut. Aktiviti pertanian, penternakan dan perikanan amat sinonim dengan kawasan desa yang boleh dipakejkan dengan lain-lain kawasan tarikan desa bagi menggalakkan pelancongan agro secara komersial. Selain itu, terdapat banyak juga aset warisan sejarah di kawasan desa yang perlu dipelihara dan dimanfaatkan bagi tujuan menarik pelancong untuk mengenali asal usul dan sejarah kehidupan individu dan masyarakat tempatan daripada zaman dahulu kala sehingga kini. Aset warisan sejarah pada amnya, meliputi pelbagai objek alam binaan yang mempunyai nilai warisan yang tinggi seperti tapak dan bangunan bersejarah, masjid dan rumah ibadat lain, muzium, makam pahlawan dan kesultanan dan sebagainya.

Program inap desa yang diusahakan oleh penduduk kampung di Semenanjung Malaysia mendapat sambutan baik di kalangan pelancong tempatan dan asing serta mampu memberi pulangan hasil yang lumayan dalam jangka masa panjang. Pembangunan inap desa mempunyai prospek yang baik untuk dilaksanakan secara optimum di rangkaian kampung-kampung yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia. Dalam jangka masa panjang, ia mampu menghasilkan pendapatan lumayan kepada peserta program dan meningkatkan sosioekonomi penduduk desa.



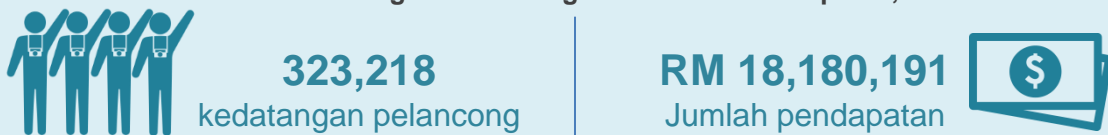
Program *Homestay* / inap desa adalah pengalaman di mana **pelancong tinggal bersama keluarga yang dipilih**, berinteraksi dan **menimba pengalaman kehidupan seharian keluarga** dan juga **mempelajari budaya masyarakat luar bandar**.

Sumber : Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia.

Bilangan Inap Desa di Semenanjung Malaysia, 2014

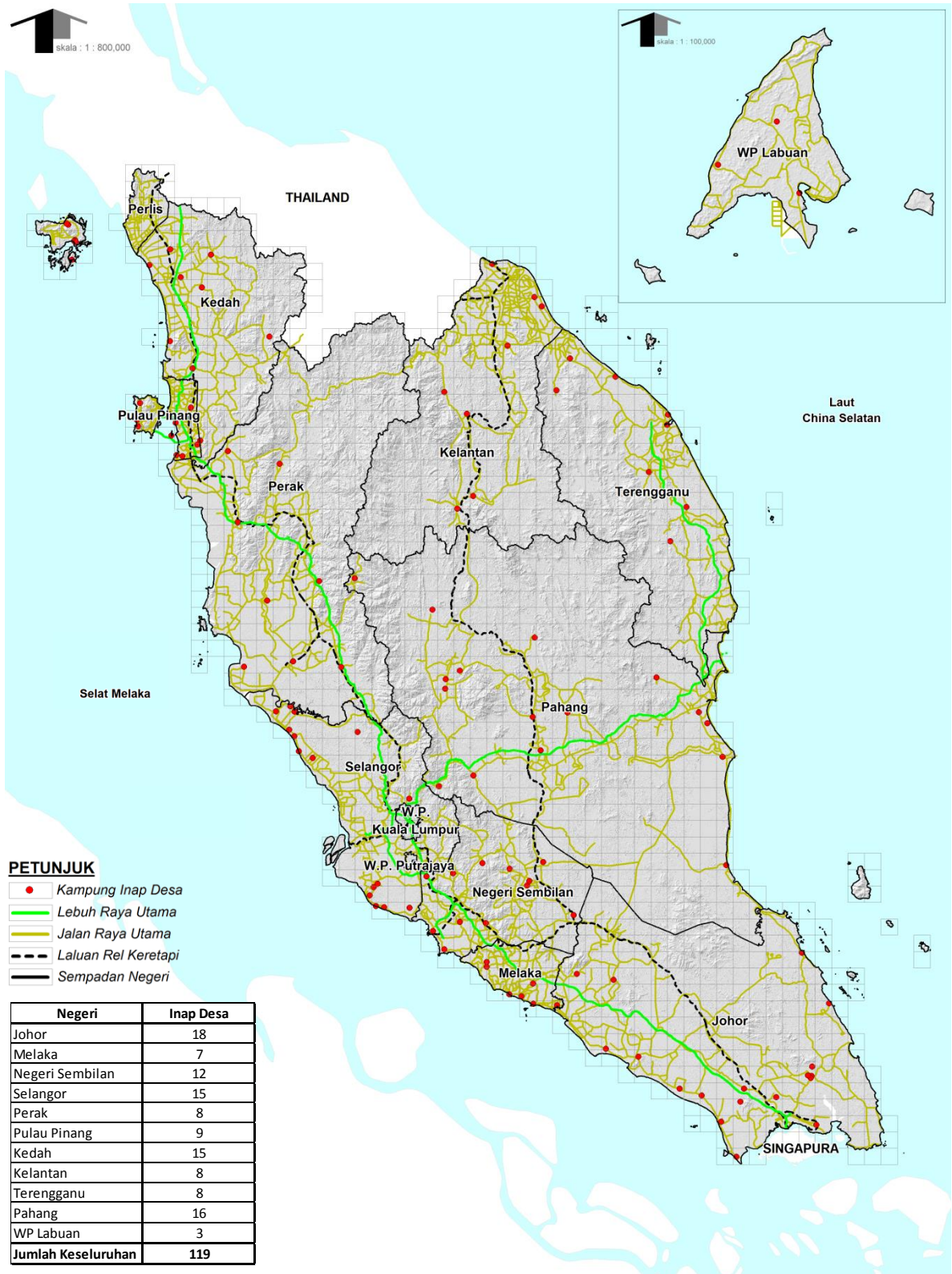


Jumlah Kedatangan Pelancong dan Jumlah Pendapatan, 2014



Sumber : Unit Homestay, Bahagian Pembangunan Industri, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, 2015.

Rajah 8.7 : Taburan Inap Desa



Sumber : 1. DPF Desa Negara, 2016.

2. Tourism Malaysia, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, 2014.

Nota : Tidak ada kampung di Negeri Perlis yang terlibat dengan inap desa.

Menyediakan ruang perdagangan dan perniagaan kecil di lokasi strategik

PKS yang terlibat dalam aktiviti perkhidmatan perdagangan memainkan peranan utama dalam menyokong pertumbuhan ekonomi di pekan dan PPD. Ia juga membantu dalam menyediakan peluang pekerjaan kepada penduduk desa. Adalah penting bagi memastikan aktiviti perkhidmatan perdagangan mampu bertahan, berdaya saing dan berdaya maju seiring dengan perkembangan ekonomi semasa dan masa hadapan. Aktiviti industri desa khususnya industri asas tani (IAT) yang berasaskan sumber jaya tempatan berjaya membantu menambah pendapatan pekebun kecil, petani dan peladang serta penternak.

Taburan Perusahaan Industri Asas Tani (IAT), 2013

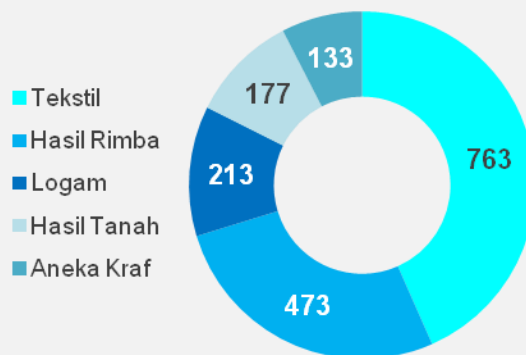


Jenis produk industri asas tani

Kuih-muih tradisional (bahulu, rempeyek, kerepek pisang / ubi / sukun, dodol, wajik, pelbagai biskut), kordial minuman, makanan sejuk-beku, kek, roti canai segera, ikan pekasam, mee kuning, minyak kelapa dara dan sebagainya.

Sumber : Bahagian Industri Asas Tani, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia, 2013

Taburan Usahawan Industri Kraf Tangan Desa, 2014



Sumber : Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia, 2014.

IAT tidak mampu berkembang dengan baik kerana kebanyakan industri desa diusahakan secara kecil-kecilan dan bersifat kerja sampingan selain beroperasi di kawasan kediaman. Tindakan perlu diambil bagi memastikan pengusaha IAT dapat memasarkan produk mereka melalui rangkaian peruncitan dan perdagangan yang mantap melalui penyediaan premis yang bersesuaian secara kluster supaya mampu meraih hasil yang lumayan dan mempunyai prospek yang baik untuk berkembang di masa hadapan.

Lebih banyak bangunan perniagaan mampu milik / sewa beli seperti kedai dan gerai dibangunkan di pekan dan PPD bagi menampung permintaan di kawasan desa. Cadangan senarai semak bagi menjayakan aktiviti perdagangan dan peruncitan di desa adalah seperti **Jadual 8.3**. PBT perlu memastikan setiap pusat perniagaan di kawasan desa dilengkapi dengan kemudahan infrastruktur dan kemudahan sokongan serba lengkap termasuk perkhidmatan jalur lebar. Pihak berkaitan juga perlu memastikan pelaksanaan setiap projek perniagaan mengambil kira keperluan peniaga kecil dan usahawan tempatan terutama aspek reka bentuk bangunan yang praktikal seperti arked perniagaan, medan selera, kompleks perniagaan dan dibangunkan di lokasi sesuai bagi menarik pelanggan bagi memastikan kejayaan sesuatu perniagaan. Perhatian juga harus diberikan kepada premis bagi peniaga sektor informal seperti tapak pasar malam, pasar tani, pasar minggu dan lain-lain.

Jadual 8.3: Cadangan Senarai Semak Untuk Menjayakan Aktiviti Perdagangan Dan Peruncitan Desa

Elemen	Langkah
Perancangan	<ul style="list-style-type: none"> • Membentuk visi, objektif dan strategi (contoh : menjadi hab produk tekstil seperti batik, songket, tekat; menjadi hab <i>hawker food</i>, menjadi pusat peruncitan barangan majlis perkahwinan, pasar terapung). • Menggabungkan tuan pemilik premis setempat dalam satu persatuan atau jawatan kuasa. • Menyenaraikan tarikan membeli-belah yang ada untuk penduduk tempatan dan pelancong.
Modal	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan geran modal dan kontraktor untuk kerja pemeliharaan dan pemuliharaan premis kedai dan ruang pameran.
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Penetapan lokasi pusat jualan sementara dan tetap. • Pembangunan premis makanan yang bersih dan lengkap dengan keperluan yang sesuai. • Penyediaan ruang tempat letak kenderaan pembeli dan ruang pemunggahan barang yang sesuai. • Penyediaan kemudahan jalur lebar untuk kegunaan penjual dan pembeli.
Latihan	<ul style="list-style-type: none"> • Menganjurkan latihan keusahawanan.
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Penyediaan brosur, papan tanda, peta, buku panduan untuk penduduk dan pengunjung luar. • Penyediaan maklumat / iklan yang menarik dan kemas • Menyelaraskan kalendar aturcara di semua peringkat (bulanan, tahunan)

Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
<p>ED2.1A: Menambah projek kluster pertanian, perikanan dan penternakan melalui cadangan senarai semak yang diberikan.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang terlibat dalam projek kluster berasaskan pertanian, perikanan dan penternakan. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> JKKK Pejabat Daerah dan Tanah Jabatan Pertanian Jabatan Veterinar dan Perikanan 	<ul style="list-style-type: none"> Jabatan Pertanian
<p>ED2.1B: Menambah projek kluster pelancongan eko, agro dan warisan melalui cadangan senarai semak yang diberikan.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang terlibat dalam projek kluster berasaskan pelancongan 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> JKKK Pejabat Daerah dan Tanah PBT Jabatan Warisan Negara Lembaga Pelancongan Negeri 	<ul style="list-style-type: none"> UPEN PLANMalaysia @Negeri
<p>ED2.1C: Menyediakan ruang perdagangan dan perniagaan kecil di lokasi strategik bagi setiap gugusan rangkaian kampung / pusat komersial / PPD / pekan kecil melalui cadangan senarai semak yang diberikan</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pertambahan bilangan unit perdagangan dan perniagaan kecil di setiap daerah. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> JKKK Pejabat Daerah dan Tanah PBT 	<ul style="list-style-type: none"> Pejabat Daerah dan Tanah PLANMalaysia @Negeri

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)

Strategi ED 2.2

Memantapkan Keupayaan Usahawan Desa

Beberapa cabaran dan kekangan untuk melahirkan komuniti usahawan desa yang berdaya saing dan mampu mentransformasikan perniagaan ke skala lebih besar sehingga ke peringkat antarabangsa adalah kurang pendedahan mengenai selok-belok perniagaan dan jaringan dagangan, kekurangan modal serta tahap inovasi dan penggunaan teknologi yang rendah. Terdapat pelbagai pihak yang terlibat dalam pembangunan usahawan desa seperti **Jadual 8.4**.

Jadual 8.4: Pihak Yang Terlibat Dalam Pembangunan Usahawan Desa

Agensi	Program	Agensi	Program
Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah	<ul style="list-style-type: none"> Program Usahawan MARA, KEJORA, JAKOA, KETENGAH, KEDA, KEMAS, KESEDAR dan KETENGAH Karnival Usahawan Desa 	TERAJU (Unit Peneraju Agenda Bumiputera), Jabatan Perdana Menteri	<ul style="list-style-type: none"> Skim Usahawan Permulaan Bumiputera (SUPERB) Institut Keusahawanan Negara <ul style="list-style-type: none"> INSKEN500 BisKaunselor SME High Performing INSKEN Knowledge Sharing BisNet Dana Mudahcara Skim Jejak Jaya Bumiputera Dana Pembangunan Halal Dana Pengembangan Perniagaan
Kementerian Pertanian dan Asas Tani	<ul style="list-style-type: none"> Program Agri-BDC Skim Galakan dan Insentif Dana Tekno Rancangan Pemasaran Rancangan Perniagaan Program <i>MyKampung MyFuture</i> Azam Tani 		Institut Pengajian Tinggi Awam
Kementerian Kewangan	<ul style="list-style-type: none"> 1MET <i>Cradle Fund Sdn. Bhd.</i> 	Malaysia Digital Economy Corporation Sdn. Bhd.	
SME Corp. Malaysia	<ul style="list-style-type: none"> <i>Program Business Accelerator Programme (BAP)</i> Program SME-University Internship Program SME@Universiti Program Pementoran PKS Panel Penasihat Pakar PKS Program (SEAP) <i>Bumiputera Enterprise Enhancement Programme (BEEP)</i> Program Tunas Usahawan Belia Bumiputera (TUBE) Program Galakan Eksport Bumiputera (GEB) 	Malaysian Global Innovation & Creativity Centre	<ul style="list-style-type: none"> <i>MaGIC Academy</i> <i>MaGIC Accelerator</i>

Sumber : DPF Desa Negara, 2016.

Strategi ini mencadangkan usaha sedia ada diteruskan untuk memperkasakan usahawan desa agar mereka mampu mencipta peluang pasaran, mempelbagaikan jaringan perniagaan dan meningkatkan daya saing setanding dengan usahawan lain di bandar dan luar negara.

Menambah bilangan pusat setempat perkhidmatan perundingan dan nasihat perniagaan serta bilangan pameran bergerak dan program OUTREACH untuk penduduk desa

Perkhidmatan pusat setempat ini bertujuan untuk memberi bantuan segera kepada pengunjung terhadap akses maklumat sama ada melalui kakitangan yang telah ditempatkan atau risalah interaktif yang disediakan. Pusat setempat boleh diletakkan di 7 buah RTC sedia ada dan Mini RTC yang sesuai dan berfungsi dengan pelbagai maklumat untuk membawa pelanggan perkhidmatan business-matching yang mereka perlukan di dalam dan luar negara. Model yang boleh digunakan ialah Pusat Rujukan Setempat (One-Stop Referral Centre, ORC) di SME Corp

Fungsi Agensi Setempat

- 1 Memberi perkhidmatan perundingan dan nasihat khusus kepada usahawan desa tentang peluang pasaran
- 2 Pendaftaran untuk acara program karnival atau pameran yang dianjurkan oleh agensi kerajaan dan swasta.
- 3 Aplikasi untuk perkhidmatan permohonan kredit, pendaftaran kursus latihan, keperluan inovasi dan perkara berkaitan sumber manusia, peluang francais dan sebagainya.



Pusat Rujukan Setempat (One-Stop Referral Centre, ORC) SME Corp. Malaysia

Mula dilancarkan pada tahun 2011. Ianya telah membantu menyokong PKS dengan memperluaskan mereka dengan maklumat dan ilmu pengetahuan yang tepat dan khusus bagi membantu pembangunan mereka.



- Khidmat nasihat perniagaan
- Menyebarkan maklumat yang relevan berkaitan dana dan insentif kerajaan untuk PKS
- Menyediakan saluran maklum balas bagi isu-isu berkaitan PKS
- Berkongsi pengetahuan, idea dan pandangan berkaitan pelbagai aspek perniagaan
- Memberi bimbingan kepada PKS.
- Sesi rundingan bersama Kaunselor Perniagaan dan Kewangan yang bertauliah

Sumber: SME Corp Malaysia, 2015.

Menganjur lebih banyak kategori pertandingan untuk memajukan aktiviti keusahawanan desa dan mengalakkan penyertaan

Penganjuran pelbagai jenis pertandingan dan pengiktirafan kepada usaha berinovasi tinggi, berkembang maju dan membawa impak besar kepada ekonomi dan masyarakat desa boleh dilaksanakan di desa. Program sedemikian mampu membudayakan sikap ingin maju dan semangat untuk menambah produktiviti dan kualiti produk atau khidmat yang ditawarkan. Penduduk desa perlu yakin bahawa produk desa mempunyai keunikan dan tempat dalam pasaran di dalam dan luar negara.

Buat masa ini, program *Rural Business Challenge* anjuran KKLW adalah antara program tahunan terbesar bagi menggalakkan penduduk desa mengusahakan sesebuah projek ekonomi dengan cekap dan strategik. Pemenang akan menerima bantuan dari segi promosi produk, kursus dan latihan, R&D produk atau proses, penjenamaan dan pemasaran serta pembangunan kapasiti. Kerjasama dengan agensi kerajaan, bank atau badan swasta juga perlu dipertingkatkan untuk menambah dana hadiah dan mendapatkan pautan komersial bagi peserta.



Selain itu, Program Desa Lestari anjuran KKLW juga merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan keupayaan komuniti setempat dan memperkasa ekonomi dan keusahawanan penduduk kampung. Program-program seperti ini harus ditingkatkan bagi menggalakkan lagi penglibatan penduduk dalam menjayakan pembangunan sesebuah kampung.



Sumber: Portal Rasmi KKLW

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
<p>ED2.2A: Menambah bilangan pusat setempat perkhidmatan perundingan dan nasihat perniagaan serta bilangan pameran bergerak dan program <i>OUTREACH</i> untuk penduduk desa.</p> <p>Grid Tipologi U1 U2 UR RU R5 R6 </p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan RTC dan Mini RTC yang mempunyai pusat setempat perkhidmatan perundingan dan nasihat perniagaan 	√	√	√	• KKLW	• KKLW
<p>ED2.2B: Menganjur lebih banyak kategori pertandingan untuk memajukan aktiviti keusahawanan desa dan mengalakkan penyertaan.</p> <p>Grid Tipologi U1 U2 UR RU R5 R6 </p>	<ul style="list-style-type: none"> Pertambahan bilangan kategori pertandingan keusahawanan desa 	√	√	√	• KKLW	• KKLW

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)

Strategi ED 2.3

Mengalakkan Inovasi, Pensijilan Dan Penjenamaan

Penggunaan hasil rekaan dan ciptaan baru yang memberi faedah kepada pembangunan sektor pertanian sama ada diusahakan secara ladang atau kebun kecil perlu dipergiatkan. Persepsi terhadap bidang pertanian yang ketinggalan, tradisional, kotor dan mundur dapat dihakis dengan penggunaan kaedah baru yang dihasilkan secara kreatif dan berinovasi. Sektor utama di dalam asas ekonomi desa ini sentiasa berubah, maju dan canggih mengikut peredaran zaman. Bagi mencapai piawai amalan pembuatan baik, pengusaha industri desa disaran untuk mengikuti pelbagai kursus kemahiran, teknologi dan keusahawanan anjuran pelbagai agensi. Produk-produk makanan dan industri desa perlu diberi penjenamaan yang lebih menarik untuk menonjol di dalam pasaran tempatan dan global yang mencabar dan penuh dengan persaingan yang sengit. Jenama produk yang kukuh, dikenali dan diyakini akan dapat meningkatkan imej sesuatu produk dan kekal berjaya di dalam pasaran.



✓ Pengiktirafan daripada badan pensijilan berkaitan



✓ Harga yang sepadan dengan kualiti



✓ Kualiti pembungkusan dan pelabelan yang meyakinkan dan menarik



✓ Logo yang jelas dan mudah dikenali



✓ Maklumat kebaikan dan kelebihan produk



✓ Perkhidmatan pelanggan

Usaha harus dipergiatkan untuk menggalakkan inovasi dan penggunaan mesin di semua peringkat pengeluaran produk termasuk di ladang / kebun, aktiviti hulu dan hilir dalam menghasilkan produk berkualiti dan bernilai tinggi serta sesuai dengan kehendak pasaran semasa. Kolaborasi jangka panjang dengan universiti dan institut teknikal perlu dilakukan untuk mencipta produk, mesin atau proses baru yang menjimatkan masa serta mengurangkan pembaziran. Langkah ke arah automasi dalam pengeluaran juga adalah penting untuk mengurangkan pergantungan ekonomi desa kepada buruh asing. Program pensijilan dan audit mutu (Halal, GAP, GMP, Malaysia Best) adalah penting sekiranya produk desa ingin bersaing dengan produk luar negara. Kesemua aktiviti ini sebaiknya diuruskan secara pengkhususan produk oleh agensi yang bertanggungjawab.

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
ED2.3A: Menggalakkan pensijilan / akreditasi, penyelidikan dan inovasi, penggunaan teknik baru pengeluaran, pengawalan kualiti serta penjenamaan produk desa (mengikut kesesuaian).	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang mempunyai projek kolaborasi khusus untuk tujuan inovasi, pensijilan dan penjenamaan produk ekonomi desa. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Pejabat Daerah dan Tanah KKLW 	<ul style="list-style-type: none"> KKLW
Grid Tipologi U1 U2 UR RU R5 R6						

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)



PERNYATAAN DASAR ED 3

PENGUKUHAN RANTAIAN NILAI (VALUE-CHAIN) EKONOMI DESA

Rantainya nilai yang lengkap bagi setiap produk desa yang hendak dimajukan perlu ada kesinambungan dari mula sehingga akhir, iaitu dari aktiviti penyediaan dan pemprosesan bahan mentah, pembungkusan barang sehingga produk dapat dipasarkan kepada pengguna. Program rantai nilai yang baik mengambil kira bekalan input yang berkualiti, mencukupi, tepat masa dan harga yang kompetitif kepada usahawan desa. Ini melibatkan aktiviti yang mewujudkan peluang pasaran yang lebih luas untuk produk desa bersaing dengan produk import (terutama produk makanan segar, produk organik, produk halal dan kraf tangan). Rantainya nilai sesebuah produk melibatkan komponen seperti berikut:



Di dalam konteks desa, sekiranya skala pengeluaran adalah kecil, perlu disediakan pusat-pusat pengumpulan dan pemprosesan produk bagi memastikan usahawan desa mampu mengeluarkan produk bernilai tinggi. Bagi memastikan produk desa mempunyai potensi besar untuk dimajukan sehingga peringkat antarabangsa, aspek tambahan seperti penggudangan, pembungkusan, pemasaran dan penubuhan firma pemasaran produk khusus harus dipertimbangkan.

Sebagai langkah menentukan bekalan optimum untuk komoditi mudah rosak (seperti sayuran dan buah-buahan), kerajaan boleh memperkenalkan sistem pesanan pasaran (*marketing orders system*) dan juga *e-commerce shopping mall* seperti www.a-peace.com di Korea Selatan yang mempunyai 300 syarikat dengan pensijilan kualiti makanan tradisi Korea. Kerajaan juga aktif dalam usaha menyokong perkembangan industri agromakanan dan bioteknologi sebagai pembeli utama produk pertanian desa.

STRATEGI

ED 3.1

Menggalakkan Perjanjian Bekalan

STRATEGI

ED 3.2

Menambah Penggunaan *E-Commerce* Di Dalam Pemasaran Produk Desa

STRATEGI

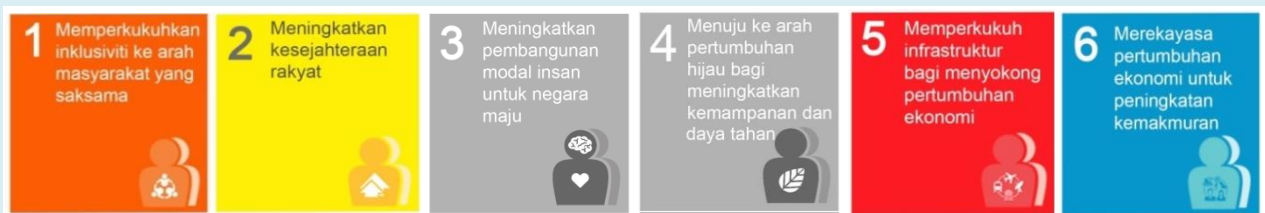
ED 3.3

Membudayakan Penggunaan Produk Desa Di Kalangan Masyarakat Umum

Perkaitan berdasarkan SDGs



Perkaitan berdasarkan RMKe-11



Strategi ED 3.1

Mengalakkan Perjanjian Bekalan

Perjanjian bekalan ialah perjanjian di mana penjual berjanji untuk membekalkan barang-barang atau perkhidmatan yang dinyatakan oleh pembeli dari masa ke semasa dan pada kuantiti serta harga tertentu.

Syarat-syarat kontrak bekalan boleh menetapkan cara-cara di mana barangan yang dihantar dan dikumpul, syarat pembayaran, dan lain-lain aspek hubungan kedua-dua pihak yang relevan. Perjanjian bekalan mampu membantu memperkasakan ekonomi desa kerana ianya memberikan insentif kepada setiap unit ekonomi yang terlibat untuk melaksanakan fungsi mereka di samping memudahkan perancangan pengeluaran yang menguntungkan kedua-dua pihak. Jaminan permintaan dan bekalan ini membolehkan pengusaha mengira jumlah unit dan harga yang munasabah. Pengguna pula merasa yakin kerana produk sentiasa ada di pasaran dengan kualiti yang konsisten.

Perjanjian boleh berlaku antara:



Menambah premis pemasaran langsung produk segar dan industri asas tani (IAT) dari desa.

Program pengumpulan produk dan pemasaran langsung untuk buah-buahan, sayur-sayuran dan makanan segar di bawah FAMA haruslah diberi sokongan penuh dan diperluaskan. Penambahan premis untuk program Gerai Buah-Buahan Segar (GBBS), Pasar Tani, Kedai Agrobazaar dan *K-Shoppe* perlu disokong dan digalakkan sebagai saluran pemasaran secara langsung bagi hasil keluaran desa. Pasar tani juga disokong oleh pelbagai kegiatan berjadual seperti aktiviti promosi barangan baru, galakan pasaran produk pertanian dan memperkenalkan produk PKS baru.

Mengalakkan konsep 'Perjanjian Bekalan' bagi bahan mentah, makanan segar, pakej katering, pakej penginapan dan lain-lain.

Pemasaran secara tidak langsung dipergiatkan melalui perjanjian bekalan (*supply contract*) antara pengeluar produk desa dengan agen atau industri yang berpotensi seperti rangkaian pasaraya, syarikat pemprosesan makanan, hotel dan restoran, pengelola kantin pejabat awam, sekolah dan lain-lain. Perjanjian bekalan yang berjaya juga mampu membawa kepada kerjasama yang lebih erat termasuklah dari segi kemudahan pengumpulan, pemprosesan, R&D produk dan penjenamaan. Interaksi dan kerjasama ini akan memberi manfaat kepada kedua-dua pihak di mana perjanjian bekalan akan memastikan pendapatan yang stabil bagi penduduk desa yang terlibat. Bagi pihak industri pula, perjanjian ini dapat menjamin bekalan yang konsisten dan berkualiti seperti yang diperlukan oleh pasaran.

Memperluas penggunaan model koperasi

Model koperasi berpotensi diusahakan untuk mengisi kekosongan di dalam rangkaian nilai produk desa. Ianya mampu memberi model pengurusan dari awal hingga akhir yang sistematik dan berkesan. Kebaikan sistem koperasi ialah dengan modal yang lebih tinggi, ia boleh menyatukan masyarakat desa dalam membuat keputusan dan tindakan secara bersama untuk menentukan arah tuju ekonomi desa. Lebih banyak jumlah dan jenis produk boleh digerakkan di sepanjang rantaian nilai dengan menggunakan perantara koperasi seperti membungkus, mengedar atau menghantar produk tempatan kepada pengguna melalui saluran tradisional seperti pasar raya, restoran dan lain-lain. Ini membolehkan pengusaha desa untuk menumpu lebih banyak masa dan perhatian kepada jumlah dan kualiti output sahaja. Strategi KKLW untuk mewujudkan lebih banyak Kampung Abad Ke-21 harus diberi pujian dan perlu diperluaskan ke seluruh negara.

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
<p>ED3.1A: Menambah premis pemasaran langsung produk segar dan IAT dari desa.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pertambahan bilangan tapak pasar tani, GBBS, Agrobazaar dan <i>K-Shoppe</i> di seluruh negara. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Pejabat Daerah dan Tanah KKLW FAMA MARDI Jabatan Pertanian Jabatan Perikanan 	<ul style="list-style-type: none"> KKLW
<p>ED3.1B: Menggalakkan konsep 'Perjanjian Bekalan' bagi bahan mentah, makanan segar, pakej katering, pakej penginapan dan lain-lain.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang usahawannya mempunyai perjanjian dengan restoran, IPT, hotel, pasaraya, syarikat besar, pejabat swasta/awam. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> JKKK Pejabat Daerah dan Tanah 	<ul style="list-style-type: none"> KKLW
<p>ED3.1C: Memperluas penggunaan model koperasi.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang mempunyai koperasi. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> JKKK Pejabat Daerah dan Tanah KKLW 	<ul style="list-style-type: none"> KKLW

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)

Strategi ED 3.2

Menambah Penggunaan E-Commerce Di Dalam Pemasaran Produk Desa

Perniagaan dapat diperkembangkan melalui penggunaan ruang maya untuk memperkenalkan produk atau khidmat kepada pengguna dan pihak berkaitan. Dasar ini menyokong usaha yang sedang dijalankan untuk meluaskan aplikasi e-commerce kepada usahawan desa dari semua sektor ekonomi. Latihan harus disediakan dalam strategi pemasaran termasuklah pemilihan platform e-commerce yang sesuai (jumlah trafik), persediaan untuk pembayaran dalam talian dan sebagainya. Konsep tempahan awal juga boleh dilaksanakan untuk memudahkan pengusaha homestay, pemandu pelancong, pertunjukan kebudayaan, penjualan buah-buahan dan sayur-sayuran mendapatkan produk ketika diperlukan. Kerjasama antara usahawan teknologi dan usahawan desa harus digalakkan supaya memanfaatkan semua pihak. Selain itu, Kerajaan telah memperuntukkan RM1.2 bilion kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) untuk menawarkan jalur lebar berkelajuan tinggi di kawasan desa mulai 2016. Ini adalah usaha berterusan pihak Kerajaan untuk meningkatkan pembangunan e-dagang produk ekonomi desa di Malaysia.



Sumber: SME Corp. Malaysia, Banci Suku Tahun Ke-3, 2015.

Agensi yang terlibat dengan usahasama dengan SME Corp. Malaysia



Malaysia berada di kedudukan **ketiga** dari segi kadar pertumbuhan membeli-belah mudah alih di Asia, iaitu **lebih 20% setahun.**

Sumber: PWC, Global Entertainment and Media Outlook 2013-2016, Zenith Optimedia, June, 2014.

Meningkatkan penggunaan e-commerce untuk pemasaran dan pengurusan permintaan dalam usaha menjangkau pasaran nasional dan global

Bagi sesebuah kawasan desa, pengusaha boleh mengambil inisiatif untuk melantik atau menggaji individu khusus untuk menguruskan aspek e-dagang ini, berbekalkan latihan yang lengkap dan minat yang mendalam kepada ICT.



- ✓ Menggunakan platform perniagaan e-commerce sedia ada seperti mudah.my, lelong.com, ebay.com, zalora.com, lazada.com dan lain-lain.
- ✓ Melancarkan kedai online sendiri menggunakan alamat web sendiri seperti Easyshop, Opencart, lot.my, shopify, sitegiant, kedaionlinez dan lain-lain.
- ✓ Memperkenalkan diri mereka menerusi laman web yang popular serta blog yang mempunyai ramai pengikut.
- ✓ Menumpukan pasaran jualan bisnes online melalui laman sosial media seperti *Facebook, Telegram, Instagram* dan *Whatsapp*

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
ED3.2A: Meningkatkan penggunaan e-commerce untuk pemasaran dan pengurusan permintaan dalam usaha menjangkau pasaran nasional dan global.	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan kampung yang mempunyai infrastruktur dan latihan keusahawanan e-commerce. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • JKKK • Pejabat Daerah dan Tanah • SME Corp. Malaysia • MaGIC 	<ul style="list-style-type: none"> • KKLW
Grid Tipologi						
U1 U2 UR RU R5 R6						

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)

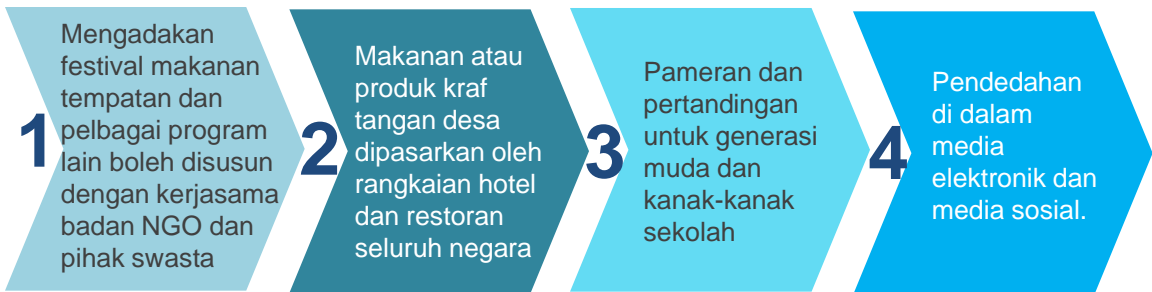
Strategi ED 3.3

Membudayakan Penggunaan Produk Desa Di Kalangan Masyarakat Umum

Perniagaan dapat diperkembangkan melalui penggunaan ruang maya untuk memperkenalkan produk atau khidmat kepada pengguna dan pihak berkaitan. Latihan harus disediakan dalam strategi pemasaran termasuklah pemilihan platform e-commerce yang sesuai (jumlah trafik), persediaan untuk pembayaran dalam talian dan sebagainya. Konsep tempahan awal juga boleh dilaksanakan untuk memudahkan pengusaha homestay, pemandu pelancong, pertunjukan kebudayaan, penjualan buah-buahan dan sayur-sayuran mendapatkan produk ketika diperlukan. Kerjasama antara usahawan teknologi dan usahawan desa harus digalakkan supaya memanfaatkan semua pihak.

Menganjurkan pameran, pesta makanan dan lokasi warisan, festival kebudayaan dan ekspo pelancongan antarabangsa

Terdapat beberapa kaedah dalam mempromosikan produk desa secara lebih meluas antaranya:



Mengadakan promosi produk dengan media elektronik, bercetak dan sosial serta penggiat filem dan drama

Terdapat banyak contoh filem terkenal yang menonjolkan makanan tradisi setempat di dalam penceritaan dan ini seterusnya menarik minat penonton untuk mencuba atau mencari makanan yang sama. Rangkaian televisyen swasta atau kabel seperti Asian Food Channel, Food Network juga mempunyai begitu banyak rancangan masakan yang memaparkan resepi tradisional dan tempat makanan yang istimewa.

Bagi mengkomersialkan makanan tradisional, pakej bungkusannya perlulah unik dan mampu menarik minat pembeli antarabangsa selain daripada kualiti makanan yang dipasarkan. Selaras dengan agenda memajukan industri desa, PKS boleh dikhususkan kepada satu produk seperti kilang membuat mee sanggol, pelbagai jenis kerepek, sos tomato, keropok lekor dan sebagainya. Pengusaha kilang dapat menjual hasil keluaran bukan sahaja kepada masyarakat desa tetapi kepada pelancong dalam dan luar negara. Malaysia mempunyai pelbagai jenis makanan yang telah diwartakan sebagai Makanan Warisan Kebangsaan di bawah Akta Warisan Kebangsaan 2005 (Akta 645). Pihak Kerajaan wajar memperkenalkan makanan warisan kepada masyarakat termasuk pelancong dalam dan luar negara dengan menganjurkan pameran dan pesta makanan warisan bagi mempromosikan makanan warisan kepada semua lapisan masyarakat.

Terdapat lebih daripada
**150 jenis makanan rakyat
Malaysia**
termasuk lauk-pauk dan kuih-muih telah
diwartakan sebagai
Makanan Warisan Kebangsaan
di bawah
**Akta Warisan Kebangsaan 2005
(Akta 645).**

Produk berasaskan ekonomi desa dan warisan desa mampu dijadikan produk pelancongan dan memberi impak positif kepada pendapatan penduduk desa. Warisan ketara seperti kawasan bersejarah, monumen dan bangunan mudah dikomersialkan kerana berbentuk fizikal dan mudah dikunjungi. Bangunan bersejarah boleh dipulihkan sebagai hotel, galeri, cafe, restoran atau premis perniagaan yang mampu menjana pendapatan negara. Warisan tidak ketara seperti muzik, nyanyian, lagu rakyat, tradisi lisan, puisi, tarian, seni pementasan, seni pertahanan, makanan, permainan tradisi dan perubatan tradisional boleh dijadikan produk pelancongan, namun kurang dikomersialkan. Justeru, pihak Kerajaan melalui agensi-agensinya boleh mempelbagaikan produk pelancongan warisan tidak ketara bagi tujuan pengkomersialan dan pemasaran ke peringkat antarabangsa. Ini boleh dilaksanakan secara rasmi atau tidak rasmi melalui laman sesawang dan program masakan antarabangsa.

Langkah-langkah	Indikator Pelaksanaan	Fasa Pelaksanaan			Agensi Pelaksana	Agensi Pemantau
		*1	*2	*3		
<p>ED3.3A: Menganjurkan pameran, pesta makanan dan lokasi warisan, festival kebudayaan dan ekspo pelancongan antarabangsa.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang terlibat dalam aktiviti sedemikian sekurang-kurang 2 kali setahun. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> KKLW Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKM) 	<ul style="list-style-type: none"> KKLW
<p>ED3.3B: Mengadakan promosi produk dengan media elektronik, bercetak dan sosial serta penggiat filem dan drama.</p> <p>Grid Tipologi</p> <p>U1 U2 UR RU R5 R6</p>	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kampung yang mendapat pendedahan media secara khusus untuk promosi. 	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> JKKK Pejabat Daerah dan Tanah Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia (FINAS) 	<ul style="list-style-type: none"> KKLW Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia

* Nota : Fasa 1 (Tahun 2017 – 2020), Fasa 2 (Tahun 2021 – 2025), Fasa 3 (Tahun 2026 – 2030)