

Singapura dalam kedudukan baik bagi ekonomi halal sejagat

SINGAPURA kian kelihatan seperti pasaran yang mesti diperhatikan dalam ekonomi halal global.

Tahun lalu, negara ini naik ke tangga ke-15 indeks Indikator Ekonomi Islam Global, setelah sebelum ini tidak mencatat sebarang ranking – satu pencapaian bagi negara di mana 15 peratus daripada penduduknya terdiri daripada warga Muslim.

Ini adalah berita baik untuk perniagaan tempatan yangasar untuk memasuki pasaran Islam antarabangsa, yang dijangka bernilai AS\$2.3 trilion (\$3.05 trilion) pada 2024, menurut laporan Kedudukan Ekonomi Jagat Islam (SGIE) oleh syarikat konsultansi perniagaan DinarStandard dan wadah berita dalam talian SalaamGateway.com.

Syarikat kajian pengguna Euromonitor International menyatakan bahawa bagi makanan dan minuman bersijil halal sahaja, Indonesia meraih hasil penjualan AS\$25 bilion pada 2018, manakala China meraih AS\$11.7 bilion dan Filipina mencatat AS\$3.1 bilion penjualan.

Pengarah pengurusan syarikat 'start-up' aplikasi mudah alih berpangkalan di Singapura, BitsMedia, Cik Fara Abdullah, berkata: "Kami melihat bahawa semakin ramai pelabur mula sedar masyarakat Islam kurang dilayan. Terdapat jurang, sama perniagaan besar atau kecil...dan mereka mula melihat bagaimana mereka boleh bergerak ke bahagian ini."

Usahawan Encik Heikal Gani, yang mengendalikan perniagaan gaya hidup di Canada dan China sebelum pulang ke Singapura semasa pandemik Covid-19, juga menyatakan bahawa terdapat hanya sebilangan orang sahaja yang tinggal di satu pulau ini.

Beliau berkata: "Kami pada awalnya berhati-hati untuk memastikan bahawa pasaran kami tidak terhad di Singapura."

Tetapi adakah perusahaan kecil dan sederhana (SME) bersedia untuk memasuki pasaran antarabangsa?

Singapura muncul di tempat kedua dalam segmen makanan halal indeks Indikator Ekonomi Islam Global, dan tempat ketiga dalam kedua-dua farmaseutikal dan kosmetik, dan media dan rekreasi.

Bahkan, makanan dan minuman (F&B) adalah industri dominan dalam ekonomi halal.

Ia adalah kedudukannya segmen bukan kewangan yang terbesar dan juga yang paling pesat berkembang, kata rakan kongsi AT

Kearney, Encik Hemanth Peyyeti.

Penolong ketua jaminan dan penguatkuasaan unit strategik pensijilan halal Majlis Umma Islam Singapura (Muis), ketika berucap di satu persidangan November tahun lalu, juga berkata buat masa ini, skop pensijilan halal fokus pada industri makanan dan minuman.

Singapura mempunyai 4,835 premis bersijil halal pada 2019, di mana 19 peratus adalah syarikat pengeluaran, menurut statistik Muis.

Mengikuti trend ini ialah pembuat ngo hiang Hock Lian Huat Foodstuff Industry (HLH), yang ditubuhkan pada 1928, yang mula memahami saiz pasaran halal global pada 2019.

Ia dijangka akan kini membuka kilang hanya halal pada Ogos ini bagi produk makanan laut, di bawah strategi pengantarabangsanya.

"Kilang baru itu telah didaftarkan sebagai halal sebab kami melihat bagaimana pasaran halal global semakin besar. Menjadi bersijil halal, kami dapat menjual kepada pasaran halal dan bukan halal, membolehkan perniagaan kami lebih lengkap," kata pengarah pengurusan Encik William Tan, yang asar eksport produknya untuk merangkumi tiga perlima hasil jualan dalam tempoh dua tahun seterusnya.

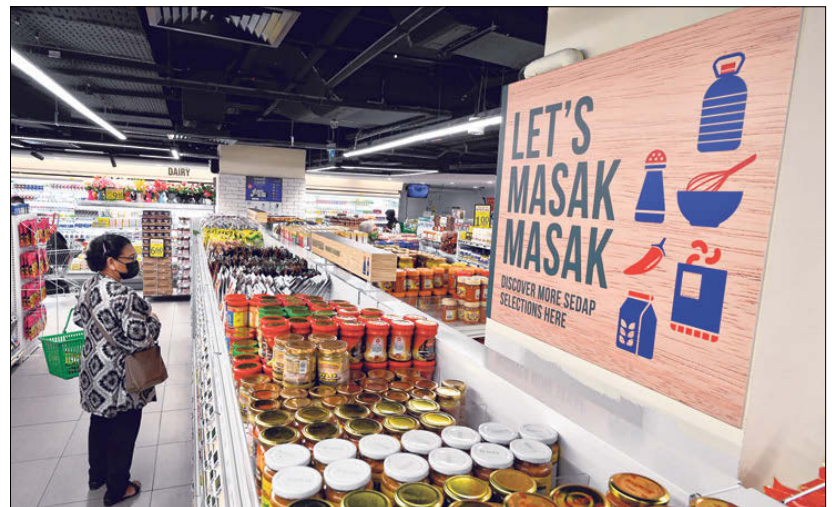
"Lebih penting lagi, terdapat permintaan meningkat daripada pasaran halal."

Ketua perbankan Islam di Maybank Singapore, Encik Norzulkarnien Nor Mohamad, mengakui terdapat permintaan yang tinggi bagi produk makanan halal daripada negara dengan bilangan penduduk Muslim yang besar: Arab Saudi, Amiriah Arab Bersatu (UAE), Mesir, Turkey, Pakistan, Indonesia dan Malaysia.

Bagaimanapun, ketua eksekutif cabang pembangunan perniagaan Muis, Warees Halal, Cik Dewi Hartaty Suratty, menasihati hadirin di persidangan tahun lalu bahawa syarikat harus menonjol dalam pasaran itu, di mana semua produk sudah halal.

"Sudah tentu, tabiat pengguna juga akan berubah...Dengan lebih ramai ibu bekerja, misalnya, ia mendorong syarikat-syarikat untuk menghasilkan makanan yang sedia dimakan dan bahkan campuran, untuk membuat penyediaan makanan lebih mudah," katanya.

Profesor Madya Sains Makanan Siti Noor-baiyah Abdul Malek di Institut Teknologi Singapura (SIT) mengatakan bahawa buat



REBUT PELUANG PASARAN HALAL: Singapura muncul di tempat kedua dalam segmen makanan halal indeks Indikator Ekonomi Islam Global, dan tempat ketiga dalam kedua-dua farmaseutikal dan kosmetik, dan media dan rekreasi. – Foto-foto fail ST

masa ini, eksport makanan masih terhad kepada "jenis produk yang mudah mendapat pensijilan halal", seperti minyak dan minuman prabungkus.

Namun, beliau menambah bahawa "saya melihat beberapa gerakan dalam sektor makanan beku", seperti penjualan laksa dan nasi ayam dalam pasaran eksport di Eropah.

Pembangunan protein alternatif juga satu trend yang semakin membangun dalam landskap makanan halal, kata Profesor Siti.

Beliau memberi beberapa contoh seperti

daging berkultur, serta alga dan protein tumbuhan dan cendawan.

Sementara itu, konsultansi kajian kanaan di Euromonitor, Cik Emil Fazira Kamari, menambah bahawa "Singapura mempunyai banyak potensi untuk menambah nilai segmen produk" dalam bahagian yang semakin membangun, seperti susu dan daging alternatif.

Tee Yih Jia Food Manufacturing, syarikat di sebalik jenama seperti Spring Home, adalah antara contoh syarikat yang membawa

pembaharuan.

Syarikat makanan beku itu memasuki pasaran halal pada tahun 1977 – lapan tahun selepas ia dibuka – dan baru-baru ini melancarkan barisan produk berasaskan tumbuhan ALTN pada 2020.

"Segmen halal adalah pasaran yang sangat kompetitif," kata pengurus besarnya, Cik Lauren Goi.

"Kualiti dan keselamatan makanan yang konsisten adalah faktor kemenangan kami." – Business Times.