

**PERSEPSI PENGGUNA TERHADAP MAKANAN
ORGANIK
DI KOTA KINABALU**

NOOR AMALINA BINTI JAMIL

**LATIHAN ILMIAH INI DIKEMUKAKAN UNTUK
MEMENUHI SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT
MEMPEROLEHI IJAZAH SARJANA MUDA SAINS
MAKANAN DENGAN KEPUJIAN (SAINS MAKANAN
DAN PEMAKANAN)**

**SEKOLAH SAINS MAKANAN DAN PEMAKANAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH**

2010

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS

JUDUL: PERSEPSI PENGGUNA TERHADAP MAKANAN ORGANIK DI KOTA KINABALU

IJAZAH: SARJANA MUDA SAINS MAKANAN DENGAN KEPUJIAN (SAINS MAKANAN DAN PEMAKANAN)

SESI PENGAJIAN: 2006/2007

Saya NOOR AMALINA BINTI JAMIL

(HURUF BESAR)

nengaku membenarkan tesis (LPS/ Sarjana/ Doktor Falsafah) ini di simpan di Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Sabah.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
4. ** Sila tandakan (/)

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

SULIT

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TERHAD

TIDAK TERHAD

(TANDATANGAN PENULIS)

JAMUUN MICHEAL
Disahkan oleh
PUSTAKAWAN
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

(TANDATANGAN PUSTAKAWAN)

CIK ADILAH MO RAMLI

Nama Penyelia

Alamat Tetap: NO 24, JLN DANAU 5,

TMN DESA JAYA, 81100

JOHOR BAHRU, JOHOR

Tarikh: 24 MEI 2010

Tarikh: 24 MEI 2010

TATAN: * Potong yang tidak berkenaan.

* Jika tesis ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organsasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

* Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah dan Sarjana secara penyelidikan, atau disertasi bagi pengajian secara kerja kursus dan penyelidikan, atau Laporan Projek Sarjana Muda (LPSM).



PENGAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

24 MEI 2010

Noor Amalina binti Jamil
Noor Amalina binti Jamil
HN2006-2143

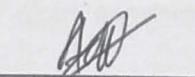
PENGAKUAN PEMERIKSA

DIPERAKUKAN OLEH

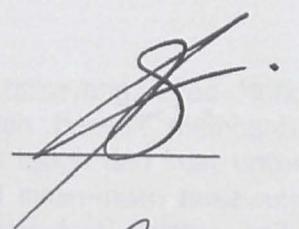
PEMERIKSA

TANDATANGAN

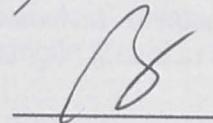
1. PENYELIA
(CIK ADILAH MD. RAMLI)



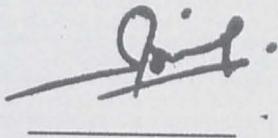
2. PEMERIKSA 1
(PROF. MADYA DR. SHARIFUDIN MD. SHAARANI)



3. PEMERIKSA 2
(DR. LEE JAU SHYA)



4. DEKAN
(PROF. MADYA DR. ISMAIL ABDULLAH)



PENGHARGAAN

Saya bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izinnya dapat saya menyiapkan tugas tahun akhir ini dengan jayanya. Jutaan terima kasih saya ucapkan kepada penyelia saya, Cik Adilah Md. Ramli di atas segala tunjuk ajar dan nasihat sepanjang tempoh pembikinan projek ini. Tanpa beliau, tugas ini pasti tidak dapat dilakukan dengan baik. Tidak lupa juga kepada ibu dan ayah saya, Puan Sabariah binti Meran dan Encik Jamil bin Sulaiman di atas segala bantuan samaada dari segi kewangan serta dorongan dan kata-kata semangat. Juga buat abang-abang, kakak dan adik yang banyak memberikan motivasi. Tanpa kalian, pasti tugas ini akan menjadi begitu sukar untuk di laksanakan.

Ribuan terima kasih juga saya tujuarkan buat teman tersayang, Syed Mohd Solahuddin Wafa bin Syed Mohd Thalal Wafa kerana telah banyak membantu menghulurkan sokongan moral bagi membolehkan saya terus tabah dan kuat untuk menjayakan tugas ini. Sesungguhnya sokongan moral dari insan-insan tersayang sangatlah penting bagi memastikan segalanya dapat dilaksanakan dengan baik. Terima kasih juga buat rakan-rakan seperjuangan di atas sumbangan idea dan nasihat dalam sama-sama melaksanakan projek tahun akhir ini.

Noor Amalina binti Jamil
24 MEI 2010

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi dan tahap pengetahuan pengguna terhadap produk makanan organik di Bandaraya Kota Kinabalu, menentukan samaada jantina, umur, tahap pendidikan dan pendapatan bulanan isi rumah mempengaruhi faktor pembelian makanan organik oleh pengguna, dan menentukan kesanggupan pengguna untuk membayar harga produk makanan organik lebih tinggi berbanding produk makanan konvensional. Borang soal selidik diedarkan di empat buah kompleks beli belah di Kota Kinabalu dan seramai 350 orang responden telah mengambil bahagian. Borang soal selidik terdiri daripada empat bahagian iaitu maklumat demografi, pengetahuan tentang makanan organik, faktor-faktor pembelian makanan organik dan persepsi terhadap makanan organik. Hasil ujian deskriptif menunjukkan persepsi majoriti responden bersetuju bahawa makanan organik adalah lebih menyihatkan kerana tiada sisa racun perosak (89.4%), lebih mesra alam sekitar (84.5%), lebih mahal berbanding makanan konvensional (59.4%) dan lebih berkualiti (62.0%). Majoriti pengguna mempunyai pengetahuan tentang makanan organik. Peratusan skor tertinggi adalah skor baik dengan 48.9%. Ujian khi-kuasa dua menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara jantina ($\chi^2=40.131$, $df=7$, $p=0.000$), umur ($\chi^2=118.117$, $df=35$, $p=0.000$), tahap pendidikan ($\chi^2=93.574$, $df=21$, $p=0.000$) dan pendapatan bulanan ($\chi^2=93.574$, $df=21$, $p=0.000$) dengan penerimaan terhadap makanan organik. 57.4% responden menyatakan tidak sanggup untuk membayar lebih bagi mendapatkan makanan organik. Kesimpulannya, majoriti responden mempunyai pengetahuan di tahap yang baik tentang makanan organik dan persepsi keseluruhan pengguna terhadap makanan organik adalah baik tetapi masih ramai pengguna tidak sanggup untuk membelanjakan lebih wang bagi mendapatkan produk makanan organik.

ABSTRACT

CONSUMERS PERCEPTION ON ORGANIC FOOD IN KOTA KINABALU

The purpose of this research is to study the consumer perception and knowledge level toward organic food in Kota Kinabalu city, in which to determine whether gender, age, level of education and monthly income will influence the consumer in purchasing organic product, and to determine the willingness of consumer to pay the higher price of organic food compare to conventional food product. Questionnaires have been distributed to four shopping complexes at Kota Kinabalu and a number of 350 respondents have taken part in this exercise. Questionnaires consist of 4 sections; which is demographic information, knowledge of organic food, purchasing factor, and the perceptions towards organic food. Descriptive test result shows majority of the respondent agrees that organic foods are healthier because of the absences of pesticide residue (89.4%), more environmental friendly (84.5%), more expensive than conventional food (59.4%), and better in quality (62.0%). Majority of consumer are knowledgeable on organic , scoring good score on highest score percentage, which is 48.9%. Chi-square test shows that there is a significant relationship between sex ($\chi^2=40.131$, $df=7$, $p=0.000$), age ($\chi^2=118.117$, $df=35$, $p=0.000$), level of education ($\chi^2=93.574$, $df=21$, $p=0.000$) and monthly income ($\chi^2=93.574$, $df=21$, $p=0.000$) with the acceptance of organic foods. 57.4% of respondent says that they are not willing to pay more for organic food. As conclusion, majority of the respondents have a good knowledge of organic food and the overall perceptions towards organic food is good, although there is still a large number of consumers that are unwilling to pay more for organic food products.

SENARAI KANDUNGAN

	HALAMAN
TAJUK	i
PENGAKUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	ix
SENARAI RAJAH	xi
SENARAI SINGKATAN	xii
SENARAI SIMBOL	xiii
SENARAI LAMPIRAN	xiv
1.0 BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Objektif	3
2.0 BAB 2 ULASAN KEPUSTAKAAN	4
2.1 Definisi makanan organik	4
2.2 Industri makanan organik	4
2.2.1 Industri makanan organik global	5
2.2.2 Industri makanan organik Malaysia	6
2.2.3 Skim Organik Malaysia	8
2.3 Perbandingan antara makanan organik dengan makanan konvensional	10
2.3.1 Kualiti makanan	10
2.3.2 Nilai pemakanan	11
2.3.3 Aspek kesihatan	12
2.3.4 Aspek kesihatan dan kebajikan haiwan	13
2.4 Penerimaan pengguna terhadap makanan organik	14
2.5 Faktor sosio-demografi pengguna dalam pemilihan makanan organik	16
2.5.1 Jantina	17
2.5.2 Umur	17
2.5.3 Tahap pendidikan	18
3.0 BAB 3 BAHAN DAN KAEDAH	19
3.1 Borang soal selidik	19
3.1.1 Pembahagian skor tahap pengetahuan	19
3.2 Pra ujian	20
3.3 Soal selidik	20
3.4 Responden	21

3.5	Lokasi	21
3.6	Analisis data	22
	3.6.1 Taburan frekuensi	22
	3.6.2 Korelasi	22
	3.6.3 Ujian khi kuasa dua	
4.0	BAB 4 HASIL DAN PERBINCANGAN	23
4.1	Demografi responden	23
4.2	Pengetahuan pengguna tentang makanan organik	25
	4.2.1 Pengetahuan tentang definisi dan kelebihan makanan organik	26
	4.2.2 Pengetahuan tentang kebaikan makanan organik	27
	4.2.3 Pengetahuan tentang pensijilan organik	28
	4.2.4 Pengetahuan tentang kebaikan perladangan organik	29
	4.2.5 Pengetahuan tentang perlabelan makanan organik	30
4.3	Mengenalpasti faktor-faktor menghalang pembelian makanan organik	31
	4.3.1 Sumber maklumat tentang makanan organik	31
	4.3.2 Faktor pembelian dan faktor tidak membeli produk makanan organik	35
4.4	Pengaruh faktor demografi terhadap pembelian makanan organik	37
4.5	Persepsi responden terhadap makanan organik	42
5.0	BAB 5 KESIMPULAN	47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Cadangan	48
RUJUKAN		49
LAMPIRAN		55

SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 2.1 Bilangan dan keluasan ladang organik yang menerima pensijilan organik	8
Jadual 3.1 Skor tahap pengetahuan	20
Jadual 3.2 Saiz sampel kajian	21
Jadual 4.1 Demografi responden	25
Jadual 4.2 Bilangan responden menjawab soalan definisi dan kemestian makanan organik	27
Jadual 4.3 Peratusan responden menjawab soalan kandungan vitamin E dan antioksidan dalam makanan organik	28
Jadual 4.4 Pengetahuan pensijilan organik mengikut tahap pendidikan	29
Jadual 4.5 Pengetahuan kebaikan perlادangan organik mengikut tahap pendidikan	30
Jadual 4.6 Pengetahuan perlabelan organik mengikut tahap pendidikan	31
Jadual 4.7 Sumber maklumat makanan organik mengikut endapan bulanan	34
Jadual 4.8 Jenis makanan organik yang diketahui mengikut pendapatan bulanan	35
Jadual 4.9 Tempat membeli makanan organik mengikut pendapatan bulanan	35
Jadual 4.10 Faktor pembelian makanan organik mengikut jantina	38
Jadual 4.11 Faktor pembelian makanan organik mengikut umur	39
Jadual 4.12 Faktor pembelian makanan organik mengikut tahap pendidikan	40

Jadual 4.13	Faktor pembelian makanan organik mengikut pendapatan bulanan	41
Jadual 4.14	Peratus skala persepsi responden terhadap faktor pembelian makanan organik	44
Jadual 4.15	Peratus skala persepsi responden terhadap fakta makanan organik.	46

SENARAI RAJAH

	Halaman	
Rajah 2.1	Logo pensijilan organik	9
Rajah 4.1	Skor pengetahuan responden mengikut tahap tahap pendidikan	26
Rajah 4.2	Sumber maklumat tentang makanan organik	32
Rajah 4.3	Jenis produk organik yang diketahui oleh responden	33
Rajah 4.4	Sumber mendapatkan makanan organik	33
Rajah 4.5	Faktor-faktor mem dorong pembelian makanan organik	36
Rajah 4.6	Faktor-faktor menghalang pembelian makanan organik	37

SENARAI SINGKATAN

SPSS	Statistical Package for Social Science
SOM	Skim Organik Malaysia
USDA	United States Department of Agriculture
WHO	World Health Organization

SENARAI SIMBOL

- < Kurang daripada
- > Lebih daripada
- % Peratus
- χ^2 Simbol bagi khi-kuasa dua
- p Nilai signifikansi



SENARAI LAMPIRAN

	HALAMAN	
Lampiran A	Borang soal selidik	55
Lampiran B	Surat kebenaran menjalankan kajian	63
Lampiran C1	Hasil ujian korelasi pengetahuan kebaikan makanan organik	66
Lampiran C2	Hasil ujian korelasi pengetahuan pensijilan organik	67
Lampiran C3	Hasil ujian korelasi pengetahuan kebaikan perladangan organik	69
Lampiran C4	Hasil ujian korelasi pengetahuan perlabelan makanan organik	70
Lampiran C5	Hasil ujian korelasi sumber maklumat dan tempat mendapatkan makanan organik	71
Lampiran C6	Hasil ujian khi-kuasa dua	72

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Salah satu sektor dalam industri makanan yang sedang berkembang pesat pada dekad ini adalah makanan organik. Makanan organik dijamin penghasilan dan pemprosesannya dengan mengelakkan penggunaan baja sintetik, racun serangga, hormon, organisma yang diubahsuai secara genetik dan sinaran (Achilleas & Anastasios, 2008). Pertanian organik, secara tradisinya mewakili pendirian teguh terhadap peningkatan industri pertanian konvensional. Kajian terdahulu telah menunjukkan bahawa petani organik berbeza daripada petani konvensional dari aspek sikap mereka terhadap isu alam sekitar dan kebajikan haiwan. Perhatian terhadap makanan yang dihasilkan secara organik semakin meningkat di serata dunia disebabkan oleh keprihatinan pengguna tentang amalan pertanian intensif dan kesannya terhadap kesihatan manusia dan juga terhadap alam sekitar (Wier *et al.*, 2008). Jumlah jualan produk organik meliputi 1 hingga 2 peratus daripada jumlah jualan produk makanan dan minuman dunia. Pasaran dunia bagi produk organik bernilai USD\$23 billion pada tahun 2002 (Radman, 2005). Lingkungan hasilan organik pada masa kini bukan sahaja terdiri daripada buah-buahan, sayur-sayuran dan produk daging, tetapi juga telah berkembang kepada kekacang, tepung, bijirin, coklat, ais krim, minuman bir, wain, jus buah-buahan dan produk tenuus ditambah pula dengan produk bukan makanan seperti pati minyak aromaterapi, syampu, dan kosmetik (Aarset *et al.*, 2004).

Pengguna juga menunjukkan minat terhadap isu berkaitan makanan dan kesihatan. Kesihatan merupakan kriteria penting bagi pembelian dan merupakan parameter kualiti bagi kebanyakan pengguna. Kajian telah menunjukkan bahawa

masyarakat umum sangat prihatin tentang risiko yang berpotensi seperti sisa racun perosak dalam makanan. Penggunaan racun perosak dilihat berkaitan dengan kesan jangka panjang terhadap kesihatan. Walaupun tiada bukti yang jelas bahawa makanan organik adalah lebih menyihatkan, pengguna melihat makanan yang dilabel sebagai organik adalah lebih menyihatkan berbanding makanan konvensional (Magnusson *et al.*, 2003).

Keprihatinan terhadap alam sekitar merupakan sebab lain pembelian makanan organik. Sepanjang dua dekad yang lalu, perkembangan kesedaran persekitaran di samping keprihatinan terhadap makanan yang lebih selamat telah membawa manusia kepada persoalan tentang amalan pertanian moden. Ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan dalam permintaan terhadap hasilan organik, di mana ianya dilihat sebagai kurang merosakkan alam sekitar. Oleh itu, keprihatinan soal kesihatan manusia dan alam sekitar menjadi dua motif paling umum dalam pembelian makanan organik (Marvin *et al.*, 2007).

Dalam kajian terdahulu, didapati bahawa pengguna memiliki minat dan sikap positif terhadap makanan yang dihasilkan secara organik. Tetapi, kadar pengguna yang membeli makanan organik masih berada di tahap yang rendah. Salah satu daripada sebabnya adalah kerana makanan organik mencapai tahap premium melebihi makanan konvensional. Tahap premium juga menjadi sekatan terhadap perkembangan kerana pengguna kadangkala menyangka bahawa makanan organik adalah terlalu mahal (Radman, 2005). Antara masalah lain masa kini adalah kekurangan batas waktu bagi 'infrastruktur jualan'. Terdapat peningkatan permintaan terhadap produk organik, tetapi bekalan harus melepas beberapa peringkat dan saluran sebelum ia dapat sampai kepada pengguna. Kini, saluran tersebut sering tidak mencukupi, tidak stabil dan fleksibel dan boleh menyebabkan gangguan pada bekalan. Oleh itu, pembahagian yang lebih baik dapat membantu meningkatkan permintaan terhadap produk tersebut (Wier & Calverley, 2002; O'Donovan & McCarthy, 2002; Zanol & Naspetti, 2002).

Siti Nor Bayyah Ahmad dan Nurita Juhdi (2010) menyatakan bahawa, individu yang pernah mendapatkan makanan organik tetapi telah berhenti membelinya untuk satu jangka masa dengan individu yang tidak pernah mendapatkan makanan organik adalah berbeza. Apabila pengguna memilih samaada untuk membeli atau tidak makanan organik, ianya jelas melibatkan set faktor kompleks yang sukar ditafsirkan. Di Malaysia, makanan organik dikategorikan dalam fasa permulaan di mana tidak ramai pengguna menyedari tentangnya. Kajian yang dijalankan adalah untuk mendapatkan lebih pemahaman tentang pemilihan produk makanan dikalangan pengguna Malaysia. Ini dapat membantu dalam membezakan pembeli di kawasan yang berbeza termasuk yang tidak membeli makanan organik. banyak kajian menunjukkan bahawa satu faktor utama yang menjadi penghalang kepada pengambilan makanan organik adalah harganya. Dalam kajian tersebut juga, wanita lebih bersetuju berbanding lelaki bahawa mereka akan membeli makanan organik jika ianya lebih murah dan mudah didapati.

1.2 Objektif

1. Mengkaji persepsi dan tahap pengetahuan pengguna terhadap produk makanan organik di Bandaraya Kota Kinabalu.
2. Menentukan sama ada jantina, umur, latar belakang pendidikan dan pendapatan bulanan isi rumah mempengaruhi faktor pembelian makanan organik oleh pengguna
3. Menentukan kesanggupan pengguna untuk membayar harga produk organik lebih tinggi berbanding produk makanan konvensional.

BAB 2

ULASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Definisi Makanan Organik

Pelbagai terma berbeza digunakan bagi menamai makanan organik. Contoh lazim adalah makanan yang dihasilkan secara biologikal, asli, ekologikal, alternatif, tanpa semburan, bebas dari racun perosak atau mesra alam. Penghasilan makanan organik tidak menggunakan bahan kimia sintetik seperti bahan penggemuk dan racun serangga. Haiwan ternakan pula tidak dirawat dengan ubatan bagi mengelakkan penyakit. Oleh itu, bahan akhir organik mungkin tidak mengandungi sisa-sisa bahan kimia tersebut (Schifferstein dan Oude Ophuist, 1998).

Berdasarkan Suruhanjaya Codex Alimentarius (2001), makanan organik merupakan produk pertanian organik. Pertanian organik menggunakan sistem pengurusan penghasilan holistik yang menggalakkan dan meningkatkan kesihatan *agro-ecosystem*, termasuk biodiversiti, kitaran biologi, dan aktiviti biologi tanah. Sistem penghasilan organik adalah berdasarkan kepada sistem penghasilan yang teliti yang mensasarkan pencapaian *agro-ecosystem* yang optima. Terma seperti 'biologikal' dan 'ekologikal' juga digunakan dalam usaha mentafsirkan sistem organik dengan lebih jelas. Keperluan bagi makanan yang dihasilkan secara organik adalah berbeza berbanding produk pertanian lain dari segi prosedur penghasilan.

2.2 Industri Makanan Organik

Sisa racun perosak dalam makanan, hormon, dan juga kes BSE dan dioksin telah melunturkan keyakinan pengguna terhadap amalan pertanian kontemporari. Pengguna telah menjadi semakin prihatin terhadap aspek kesihatan dan kaitannya dengan makanan. Tambahan pula, kesedaran terhadap persekitaran semakin

meningkat. Sebagai akibat, sesetengah pengguna menggunakan pertanian organik, yang dikatakan sebagai lebih bersih dan menghasilkan makanan yang lebih menyihatkan (Verdurme *et al.*, 2002). Selaras dengan evolusi ini, perkembangan pesat pertanian organik sebelum ini dilihat sebagai fenomena terpencil, perlulah didaftarkan (Canavari *et al.*, 2001).

Ketika kebanyakan pengguna memiliki pandangan positif terhadap makanan organik, peratusan pengguna yang membeli makanan organik masih berada di tahap yang rendah (Sahota, 2009; Padel *et al.*, 2009). Minat pengguna terhadap makanan organik telah meningkat dengan hebat dalam kebanyakan negara perindustrian selama 10 tahun yang lalu. Walaubagaimanapun, pengambilan makanan organik di kebanyakan negara tersebut hanya merangkumi peratusan kecil dari keseluruhan peratusan pengambilan makanan. Pada masa kini, pengeluar organik masih menduduki pasaran kecil tetapi tetap mempunyai potensi yang lebih besar pada masa akan datang (Wier dan Calverly, 2002).

2.2.1 Peringkat Global

Penjualan makanan dan minuman organik terus meningkat di serata dunia. Sejajar dengan perkembangan pasaran, permintaan barang organik telah meningkat melebihi hasil musim tempatan. Barang organik kini termasuk rangkaian luas produk tropikal (seperti pisang, kopi, teh, koko, dan rempah), hasilan bermusim (seperti epal, pear, daun selaga, dan asparagus), hasilan dalam tin dan beku, daging, telur, susu, keju, dan makanan terproses (seperti makanan bayi, pasta, sos, dan minuman buah-buahan) (Raynolds, 2004). Walaupun penghasilan hasil bumi organik semakin meningkat merentasi dunia, pasarannya lebih tertumpu kepada negara perindustrian. Amerika Utara dan Eropah Barat meliputi jumlah besar hasil global.

Permintaan pengguna tertumpu kepada dunia perindustrian berkemungkinan besar kerana harga premium produk organik. Penduduk di negara perindustrian kebanyakannya berada di kelas pertengahan berpendidikan tinggi, dan ini menjadi

sebab mengapa kebanyakan penjualan makanan dan minuman organik tertumpu di negara-negara tersebut. Pada masa kini, semakin banyak negara yang maju secara ekonomi dan populasi berpendidikan tinggi dan berada semakin bertambah, permintaan terhadap produk organik semakin meningkat. Ini mengakibatkan jualan produk organik tidak hanya tertumpu kepada beberapa negara (Sahota, 2004). Banyak negara maju mempunyai populasi di bawah garisan kemiskinan yang besar, dan ini menyebabkan pasaran produk organik sukar untuk berkembang. Walaubagaimanapun, di negara seperti China, Brazil, dan Afrika Selatan, masa hadapan pasaran organik di lihat cerah. Pertumbuhan ekonomi yang pesat di negara tersebut akan menyebabkan kelas sosial atasan untuk berkembang, dan ini akan membentuk pasaran makanan dan minuman organik.

Pelabelan atau penggunaan logo untuk sesuatu produk makanan itu sebagai makanan organik adalah ditentukan oleh sesuatu badan kawalselia di sesebuah negara tersebut. Untuk negara-negara di Eropah ianya dikawal selia di bawah peraturan *EU-regulation 2092/9*, di Jepun oleh *Japanese Organic Agriculture Association* (JOAA) dengan logo JAS, dan pelbagai pertubuhan di sesebuah negara tersebut. Kesemua pertubuhan ini dikawal selia badan induk industry organik antarabangsa iaitu *The Federation of Organic Agriculture Movement* (IFOAM) yang beribu pejabat di Jerman. Pertubuhan ini telah melantik agensi *International Organic Accreditation Services Inc* (IOAS) sebagai agensi yang menjalankan tugas mengakreditasi untuk pengeluaran sijil pengesahan produk organik di negara yang menjadi ahli. Produk-produk organik yang telah mendapatkan pengesahan dan menggunakan logo tertentu adalah terdiri daripada pelbagai jenis makanan seperti sayur-sayuran, buah-buahan, produk tenusu, biji-bijian, pelbagai jenis jus, makanan bayi dan produk bukan makanan seperti bahan kosmetik dan pakaian.

2.2.2 Peringkat Malaysia

Menurut Jabatan Pertanian Malaysia (2002), pertanian secara organik mula diperkenalkan di negara ini dalam tahun 1987. Pada masa ini ia telah mendapat

sambutan oleh pengguna dan mula diusahakan secara komersil. Pada masa ini produk makanan organik seperti buah-buahan dan sayur-sayuran yang dihasilkan hanya dipasarkan di kawasan Lembah Klang dan bandar-bandar utama seperti Johor Bahru, Ipoh dan Pulau Pinang. Masalah yang dihadapi oleh pengguna adalah kurangnya pelabelan atau persijilan yang mengesahkan bahawa sesuatu produk itu dihasilkan dari sistem perladangan yang benar-benar secara organik. Pengguna juga tidak dapat membezakan produk organik dengan produk yang dihasilkan secara ladang konvensional. Mereka juga keliru dengan penggunaan pelabelan produk tersebut dengan nama *green food, pesticide free, chemical free, eco-friendly, safe food*, dan pelbagai lagi yang menggunakan nama pengeluar.

Pada awal 1990-an di Malaysia, banyak perintis penghasilan organik atau inisiatif promosi bermula seperti Ladang Organik Pulau Pinang (1992), Pusat Hidupan Berterusan (Gopeng, Perak), Ladang Organik Kuantan, Ladang Eko (Rompin, Negeri Sembilan, 1991) dan Ladang Nakim (Seremban, Negeri Sembilan, 1991) (Ong, 2001). Pada tahun 2005, jumlah kawasan di bawah pertanian organik di Malaysia adalah sebanyak 600 hektar, iaitu mewakili 0.01% dari jumlah keseluruhan tanah pertanian (Yussefi, 2005). Penghasilan tempatan dilaporkan terhad kepada sayur-sayuran dan buah-buahan, dan tiada penternakan haiwan organik dimulakan. Perladangan organik di Malaysia terbatas kepada pertumbuhan sayuran. Hanya terdapat sedikit buah-buahan yang ditanam secara organik. Keluasan ini semakin meningkat pada tahun 2008. Jadual 2.1 menunjukkan bilangan dan keluasan ladang yang menerima pensijilan organik pada tahun 2008.

Jadual 2.1: Bilangan dan keluasan ladang yang menerima pensijilan organik

Negeri	Bilangan	Keluasan (hektar)
Johor	5	164.26
Pahang	7	304.94
Perak	1	2.4
Selangor	2	18.87
Negeri Sembilan	3	613.22
Kedah	1	1.6
Kelantan	1	76
Sarawak	1	0.6
Jumlah	21	1182.09

Sumber: Jabatan Pertanian Malaysia, 2008

2.2.3 Skim Organik Malaysia (SOM)

Skim Organik Malaysia merupakan program pensijilan yang dilaksanakan oleh Jabatan Pertanian bagi mengenal pasti ladang yang menanam tanaman secara organik mengikut kriteria dan keperluan yang dinyatakan dalam Piawaian Skim Organik Malaysia. Piawaian bagi Pertanian Organik adalah berdasarkan Piawaian Malaysia, MS 1529:2001 yang menyatakan tentang penghasilan, pemprosesan, pelabelan dan pemasaran makanan yang dihasilkan berdasarkan tumbuhan secara organik. Piawaian Skim Organik Malaysia diaplikasikan kepada ladang-ladang tumbuhan tidak terproses dan produk tumbuhan yang ingin menggunakan pelabelan deskriptif yang merujuk kepada kaedah penghasilan organik. Pensijilan untuk penghasilan organik di bawah Skim Organik Malaysia akan dikeluarkan jika ladang tersebut menuruti keperluan Piawaian SOM (Kementerian Pertanian Malaysia, 2009).

Jabatan Pertanian bertanggungjawab dalam melaksanakan skim organik. Persetujuan bagi pemberian status ladang organik terletak kepada Jawatankuasa Pensijilan. Antara kebaikan Skim Organik Malaysia kepada peladang adalah hasil yang dikeluarkan oleh ladang tersebut yang diakui sebagai organik akan dibenarkan untuk memaparkan logo Organik Malaysia pada produk tersebut serta ditawarkan untuk

dijual pada harga premium. Bagi pengguna pula, skim ini memberi jaminan kepada pengguna bahawa produk organik yang mereka dapatkan adalah benar-benar dihasilkan secara organik dan tidak mengandungi sisa kimia yang tidak diperlukan. Bagi alam sekitar dan pekerja pula, ketiadaan baja kimia dan racun serangga di ladang organik akan mengurangkan kes keracunan pada pekerja secara drastik. Skim ini dibuka kepada semua peladang yang terlibat dalam penghasilan primer produk organik segar (Kementerian Pertanian Malaysia, 2009). Rajah 2.1 menunjukkan logo-logo pensijilan organik.

Rajah 2.1: Logo pensijilan organik

 <p>Logo skim pensijilan perladangan organik Malaysia (Sumber: Jabatan Pertanian Malaysia, 2009)</p>	 <p>Logo makanan disahkan organik (Sumber: Jabatan Pertanian Malaysia, 2003)</p>
 <p>Logo produk organik USDA (Sumber: USDA, 2009)</p>	 <p>Logo produk organic EU (Sumber: Kilcher, Huber dan Schmid, 2005)</p>

RUJUKAN

- Aarset, B., Beckmann, S., Bigne, E., Beveridge, M., Bjorndall, T., Bunting, J., McDonagh, P., Mariojouls, C., Muir, J., Prothero, A., Reisch, L., Smith, A., Tveteras, R. and Young, J. 2004. The European Consumers' Understanding and Perception of the 'Organic' Food Regime, the Case Of Aquaculture. *British Food Journal* **106**(2). 93-105.
- Achilleas, K., & Anastasios, S. 2008. Marketing Aspects of Quality Assurance Systems: The Organic Food Sector Case. *British Food Journal* **110**(8). 829-839.
- Arbindra, P.R., Moon, W. & Balasubramaniam, S. 2005. Agro-bioteknologi and Organic Food Purchase in the United Kingdom. *British Food Journal* **104** (2). 84-97.
- Baxter, G.J., Graham, A.B., Lawrence, J.R., Wiles, D. & Paterson, J.R. 2001. Salicylic Acid in Soups Prepared From Organically and Non-organically Grown Vegetables. *European Journal of Nutrition* **40** (6). 289-292.
- Beardworth, A., Brynan, A. leil, T., Goode, J., Haslam, C., and Haslam, E. 2002. Women, men and food: the significantof gender for nutritional attitudes and choices. *British Food Journal* **104**(7). 470-91.
- Bourne, D. and Prescott, J. 2002. A Comparison of the Nutritional Value, Sensory Qualities, & food Safety of Organically & Conventionally Produced Foods. *Food Science & Nutrition* **4**. 1-34.
- Brandt, K. and Molgaard, J.P. 2001. Organic Agriculture: Does it Enhance or Reduce the Nutritional Value of Plant Food? *Journal of the Science of Food and Agriculture* **81** (9). 924-931.
- Brown, C. 2003. Consumer' preferences for locally produced food: A study in Southeast Missouri. *American Journal of Alternative Agriculture* **18**. 213-224.
- Byrne, P.J., Toensmeyer, U.C., German, C.L. and Muller, H.R. 1991. Analysis of consumer attitudes toward organic produce and purchase likelihoods. *Journal of Food Distribution Research* **22**(2). 49-62.
- Buku Tahunan Perangkaan Malaysia 2007. 2008. Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Canavari, M., Bazzani, G.M., Spadoni, R. and Regazzi, D. 2002. Food Safety and Organic Fruit Demand in Italy: A Survey. *British Food Journal* **104** (3/4/5). 220-232.

Codex Alimentarius Commission, 2001. Commission Guidelines for the Production, Processing, Marketing and Labelling of Organically Produced Foods. Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations-FAO & World Health Organization-WHO.

Davies, A., Titterington, A.J. and Cochrane, C. 1995. Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic in Northern Ireland. *British Food Journal* **97**(10). 17-23.

Fillion, L. and Arazi, S. 2002. Does organic food taste better? A claim substantiation approach. *Nutrition and Food Science* **32** (4).153-157.

Geen, N. and Firth, C. 2006. The Committed Organic Consumer, paper presented at Joint Organic Congress. Odense.

Gracia, A. and de Magistris, T. 2007. The Importance of Beliefs and Purchase criteria In the Choice of Eco-labeled Food Products. *Journal of Environmental Psychology* **21**(4). 405-410.

Gosling, P. and Shepherd, M. 2005. Long Term Changes in Soil Fertility in Organic Arable Farming Systems in England, With Particular Reference to Phosphorus and Potassium. *Agriculture, Ecosystem and Environment* **105**. 425-432.

Gurr, G.M., Wratten, S.D. and Luna, J.M. 2003. Multi-function Agricultural Biodiversity: Pest Management and Other Benefits. *Basic Applied Ecology* **4**. 107-116.

Hansen, B., Alroe, H.F. and Kristensen, E. S. 2001. Approaches to Assess the Environmental Impact of Organic Farming With Particular Regard To Denmark. *Agriculture, Ecosystems and Environment* **83**. 11-26.

Harper, G. and Makatouni, A. 2002. Consumer Perception of Organic Food Production and Farm Animal Welfare. *British Food Journal* **104**. (3/4/5). 287-299.

Heaton, S. 2001. Organic Farming, Food Quality and Human Health- A Review of the Evidence. *Bristol, UK: Soil Association*. 128-154.

Hermansen, J. E. 2003. Organic Livestock Production Systems and Appropriate Development in Relation to Public Expectation. *Livestock Production Science* **80**. 3-15.

Kilcher, L., Huber, B. and Schmid, O. 2005. Standards and Regulation. In: Willer, H. & Yussefi, M. (Eds). *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2005*. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Bonn Germany. 25-35.

- Kouba, M. 2003. Quality of Organic Animal Products. *Livestock Production Science*. **80**. 33-40.
- Kuhnert, P., Dubosson, C.R., Roesch, M., Homfeld, E., Doherr, M.G. and Blum, J.W. 2005. Prevalence and Risk-factor Analysis of Shiga Toxigenic Escherichia coli in Faecal Samples of Organically and Conventionally Farmed Dairy Cattle. *Veterinary Microbiology* **109**. 37-45.
- Lay, Y.H. and Khoo, C.H. 2009. *Pengenalan Kepada Analisis Data Berkomputer Dengan SPSS 16.0 for Windows*. Selangor. Venton Publishing.
- Lea, E. and Worsley, T. 2005. Australians' Organic Food Beliefs, Demographics and Values. *British Food Journal* **107**(11). 855-869.
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G. and Mummery, K. 2002. Eating green: Motivations Behind Organic Food Consumption in Australia. *Sociologia Ruralis* **42** (1). 23-40.
- Makatouni, A. 2002. What Motivates Consumer to Buy Organic Food in the UK? Results From a Qualitative Study. *British Food Journal* **104**. 345-352.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Koivisto Hursti, U-K., Aberg, L. and Sjoden, P-O. 2001. Attitudes Towards Organic Food Among Sweedish Consumers. *British Food Journal* **103** (3). 209-226.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Koivisto Hursti, U-K., Aberg, L. and Sjoden, P-O., 2003. Choice of Organic Food is Related to Perceived Consequences for Human Health and to Environmentally Friendly Behaviour. *Appetite* **40**. 109-117.
- Marvin, T., Batte, Neal, H.H., Haab, T. and Beaverson, J. 2007. Putting Their Money Where Their Mouth Is: Customer Willingness to Pay for Multi-Ingredient, Processed Organic Food Products. *Food Policy* **32** (2). 145-159.
- McMahon, M.A.S. and Wilson I.G. 2001. The Occurrence of Enteric Pathogens and Aeromonas Species in Organic Vegetables. *International Journal of Food Microbiology* **70**. 155-162.
- Mintel. 2000. Organik Food and Drink Retailing, Market Intelligence Unit of the UK Economist Intelligence Unit. London.
- Moore, V.K., Zabik, M.E. and Zabik, M.J. 2000. Evaluation of Conventional and 'Organic' Baby Food Brands for Eight Organochlorine and Five Botanical Pesticides. *Food Chemistry* **71**. 443-447.

- Napolitano, F., Braghien, A., Ofuni, G.F., Pacelli, C. and Girolami, A. 2002. Behaviour and Meat Production of Organically Farmed Unweaned Lambs. *Small Ruminant Research* **43**. 179-184.
- O'Donovan, P. and McCarthy, M. 2002. Irish Consumer Preference for Organic Meat. *British Food Journal* **104** (3//4/5). 353-370.
- Ong, K.W. 2001. Organic Farming for Rural Employment and Income Generation. *National Study: Malaysia*. Report for UNESCAP.
- Padel, S. and Foster, C. 2005. Exploring the Gap Between Attitudes and Behaviour-Understanding Why Consumers Buy or Do Not buy Organic Food. *British Food Journal* **107** (8). 606-625.
- Padel, S., Schaak, D. and Willer, H., 2009. Development of the Organic Market in Europe. In Willer, H. & Kilcher, L. (Eds). *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends*. FIBL-IFOAM Report, Bonn.
- Piaw, Y.C., 2006. *Kaedah dan Statistik Penyelidikan: Kaedah Penyelidikan Buku 1*. Sabah: McGraw-Hill.
- Radman, M., 2005. Consumer Consumption and Perception of Organic Products in Croatia. *British Food Journal* **107**(4). 263-273.
- Raynolds, L., 2004. The Globalization of Organic Agro-Food networks. *World development* **32**(5). 725-743.
- Ren, H., Endo, H. and Hayashi, T. 2001. The Superiority of Organically Cultivated Vegetables to General Ones Regarding Antimutagenic Activities. *Mutation Research* **496**. 83-88.
- Roddy, G., Cowan, C. and Hutchinson, G. 1994. Organic Food: A Description of the Irish Market. *British Food Journal* **96** (4). 3-10.
- Sahota, A., 2004. Overview of the Global Market for Organic Food and Drink. In: Willer, H. & Yussefi, M. (Eds.). *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2004*. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). Bonn Germany. **43**.
- Sahota, A. 2009. The Global Market for Organic Food and Drink: In Willer, H. & Kilcher, L. (Eds). *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends*. FIBL-IFOAM Report, Bonn.

Schifferstein, H.N.J., Oude Ophuis, P.A.M. 1998. Health related Determinants of Organic Food Consumption in the Netherlands. *Food Quality and Preferences* **9** (3). 119-133.

Schollenberger, M., Drochner, W., Rufle, M., Suchy, S., Terry-Jara, H. and Muller, H.M. 2005. Trichothecene Toxins in Different Groups of Conventional and Organic Bread of the German Market. *Journal of Food Composition and Analysis* **18**. 69-78.

Siderer, Y., Maguet, A. and Anklam, E. 2005. Need for Research to Support Consumer Confidence in the Growing Organic Food Market. *Trends in Food Science & Technology* **16**. 332-343.

Siti Nor Bayah Ahmad and Nurita Juhdi. 2008. *Consumer's perception and purchase intentions towards organic food product: Exploring the attitude among Malaysia consumers*. Tun Abdul Razak University.

Siti Nor Bayah Ahmad and Nurita Juhdi. 2010. Organic food: A study on demographic characteristics and factors influencing purchase intentions among consumers in Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Business and Management* **5**(2).105-118

Skim Organik Malaysia dalam laman web rasmi Jabatan Pertanian. Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani. 2009
http://www.doa.gov.my/web/guest/skim_organik_malaysia_som

Stobbelaar, D.J., Casimir, G., Borghuis, J., Marks, I., Meijer, L. and Zebeda, S. 2007. Adolescents' Attitudes Towards Organic Food: A Survey of 15 to 16 year Old School Children. *International Journal of Consumer Studies* **31**. 349-356.

Tarozzi, A., Hrelia, S., Angeloni, C., Morroni, F., Biagi, P., Guardigli, M., Cantelli-Forti, G. and Hrelia, S. 2005. Antioxidant Effectiveness of Organically and Non-Organically Grown Red Oranges In Cell culture Systems. *European Journal of Nutrition* **45**(3). 152-158.

Verdurme, D.P., hollman, P.C., Janssen, K.P.L.T.M. and Katan, M.B. 1996. Determination of Acetylsalicylic Acid and Salicylic Acid in Foods, Using HPLC With Fluorescence Detection. *Journal of Agriculture and Food Chemical* **44**. 1762-1767.

Vermeir, Iris., and Verbeke, W.2004. Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer Attitude-Behavior gap. working paper.

- Wandel, M. and Bugge, A. 1997. Environmental Concerns in Consumer Evaluation of Food Quality. *Food Quality and Preferences* **8** (1). 19-26.
- Warman, P.R. and Havard, K.A. 1997. Yield, Vitamin and Mineral Contents of Organically and Conventionally Grown Potatoes and Sweet Corn. *Agriculture, Ecosystem and Environment* **68** (3). 207-216.
- Wier, M., Jensen, K.O., Andersen, L.M., and Millock, K. 2008. The Character of Demand in Mature Organic Food Markets: Great Britain and Denmark Compared. *Food Policy* **33**. 406-421.
- Wier, M. and Calverley, C. 2002. Market Potential for Organic Foods in Europe. *British Food Journal* **104**(1). 45-62.
- Woose, K., Lange, D., Boess, C. and Bogi, K.W. 1997. A Comparison of Organically and Conventionally Grown Foods-Results of a Review of the Relevant Literature. *Journal of the Science of Food and Agriculture* **74**. 281-93.
- Yiridoe, E.K., Bonti-Ankomah, S. and Martin, R.C. 2005. Comparison of consumer perceptions and preferences toward organic versus conventionally-produced foods: a review and update of the literature. *Renewable Agriculture and Food Systems*.
- Yussefi, M., 2005. Current Status of Organic Farming World-Wide. In: Willer, H. & Yussefi, M. (Eds). *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2005. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)*. Bonn Germany. 9-10.
- Zanoli, R. and Naspetti, S. 2002. Consumer Motivation in the Purchase of Organic Food: A Means-end Approach. *British Food Journal* **104** (8). 643-653.