

**KERTAS KERJA TERMA RUJUKAN (TOR) BAGI PERKHIDMATAN
MENJALANKAN KAJIAN PEMBANGUNAN *BLUEPRINT* TRANSFORMASI
PEMODENAN PEMASARAN FAMA.**

1. TUJUAN

Kajian ini bertujuan untuk menyediakan ***Blueprint Transformasi Pemodenan Pemasaran*** bagi Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA) selaras dengan keperluan strategik semasa dan aspirasi jangka panjang organisasi. Kajian ini akan menyokong peningkatan keupayaan organisasi dalam memperkukuhkan pemasaran agromakanan secara lebih efektif, mampan, dan berteknologi tinggi.

2. PENGENALAN

2.1 Pendigitalan perkhidmatan FAMA berasaskan pendekatan Enterprise Architecture (EA) yang menjadi teras kepada usaha pemodenan sistem penyampaian perkhidmatan sektor awam seperti yang digariskan di bawah Rancangan Malaysia Kedua Belas (RMK-12).

2.2 Enterprise Architecture (EA) FAMA adalah **kerangka strategik** yang merangkumi empat domain utama: *Business, Data, Application*, dan *Technology* (BDAT). Pelan tindakan ini bertujuan memperkukuh keupayaan FAMA dalam memastikan pemasaran agromakanan yang mampan dan berdaya saing di Malaysia. Dengan pendekatan holistik, EA FAMA mengintegrasikan keupayaan perniagaan, analisis data, pembangunan aplikasi, dan teknologi moden untuk memenuhi keperluan pasaran semasa dan masa hadapan.

2.3 Dalam domain ***Business***, fokus diberikan kepada pengurusan rantai nilai pemasaran, pembangunan produk, dan strategi pemasaran yang inovatif. Bagi domain ***Data***, keutamaan adalah kepada pengumpulan, pengurusan, dan analitik data yang menyokong keputusan strategik

berdasarkan bukti. **Application Architecture** menumpukan kepada penyediaan perkhidmatan digital yang cekap dan responsif, manakala **Technology Architecture** memperkenalkan inovasi seperti kecerdasan buatan (AI) dan Internet of Things (IoT) bagi meningkatkan keupayaan operasi.

- 2.4 Keperluan membangunkan *Blueprint* Transformasi Pemodenan FAMA adalah kritikal bagi menyokong Rancangan Malaysia Ke-13 (RMK-13) yang menumpukan kepada pemerksaan digital dan pembangunan mampan. Dengan landskap pemasaran agromakanan yang semakin kompleks dan berdaya saing, pelan ini akan meningkatkan kecekapan operasi, memperkukuh daya saing pasaran, serta memperkasakan inovasi melalui integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analitik data.
- 2.5 Selain itu, ia membolehkan FAMA merapatkan jurang antara infrastruktur tradisional dan keperluan pasaran moden, sekaligus menyokong aspirasi negara untuk mencapai keterjaminan makanan (*food security*) dan kemampanan rantai bekalan agromakanan. Pelan ini juga menyediakan kerangka untuk mencapai hala tuju strategik yang telah dirangka selaras dengan visi dan matlamat RMK-13 serta memperkukuh peranan FAMA sebagai peneraju dalam ekosistem pemasaran agromakanan negara.

3. SENARIO SEMASA

- 3.1 FAMA kini sedang berada dalam fasa memperkasa fungsinya sebagai badan penyelaras dan pemudah cara dalam industri agromakanan dengan memberi penekanan kepada penggunaan data pasaran secara bersepadu. Dalam usaha memperkukuhkan keupayaan ini, FAMA sedang membangunkan beberapa sistem aplikasi digital seperti iFAMA dan FDW. Aplikasi-aplikasi ini akan digunakan sebagai platform pengumpulan dan penganalisan data pasaran secara sistematik

melalui Program *Intervention On Supply And Demand Of Agrofood* (SISDA).

- 3.2 Pada masa yang sama, pelbagai kaedah sedang dilaksanakan untuk mengumpul data pasaran secara lebih menyeluruh dan holistik. Ini termasuk pengumpulan data primer seperti kajian lapangan, kutipan harga pasaran harian serta maklumat yang diperoleh secara langsung daripada usahawan dan pemain industri. Di samping itu, data sekunder juga diperoleh melalui langganan kepada sistem aplikasi pihak ketiga serta kerjasama perkongsian data bersama jabatan dan agensi kerajaan lain.
- 3.3 FAMA juga sedang membangunkan satu sistem simpanan data berpusat yang mengintegrasikan pelbagai format dan sumber maklumat ke dalam satu pangkalan data yang sistematik. Usaha ini turut diperkukuh dengan pelaksanaan platform e-dagang Agrobazaar Online yang menjadi salah satu sumber data transaksi pasaran dan tingkah laku pengguna secara digital.
- 3.4 Semua sistem yang sedang dibangunkan ini berfungsi sebagai platform interaktif antara FAMA dan pemasar agromakanan. Ia membolehkan FAMA menjalankan pemantauan pasaran secara masa nyata serta menyediakan perkhidmatan dan maklumat yang lebih bersasar kepada pihak berkepentingan.
- 3.5 Walau bagaimanapun, pelaksanaan sistem dan inisiatif sedia ada masih bersifat berasingan atau '*stand alone*'. Ketiadaan integrasi menyeluruh dalam satu ekosistem digital menjejaskan keberkesanan penggunaan data secara holistik dan bersepadu. Justeru, komponen-komponen ini boleh dianggap sebagai subset-subset pemodenan FAMA yang perlu diteliti semula untuk disepadukan dalam satu ekosistem yang utuh.

- 3.6 Pada masa yang sama, fungsi FAMA adalah disepanjang rantaian di mana ia bermula diperingkat ladang (Lepas Tuai) hingga ke pengguna melibatkan aktiviti galakan pasaran bagi meningkatkan penggunaan produk tempatan. Pelaksanaan perkhidmatan disepanjang rantaian masih lagi bersifat konvensional. Berdasarkan perkembangan teknologi semasa, pelbagai elemen pemodenan boleh dilaksanakan bagi meningkatkan keberkesanan rantaian bekalan.
- 3.7 Oleh yang demikian, FAMA memerlukan satu pelan transformasi yang tuntas bagi merangka semula seni bina (*architecture*) pemodenan pemasaran yang inklusif dan bersifat menyeluruh. *Blueprint* ini bakal menyusun semula subset-subset tersebut ke dalam satu struktur transformasi yang mantap dan bersepadu bagi menyokong peranan FAMA sebagai agensi peneraju dalam pemodenan pemasaran agromakanan negara.

4. OBJEKTIF

Kajian Pembangunan *Blueprint* Transformasi Pemodenan Pemasaran FAMA adalah bagi mencapai objektif berikut:

- 4.1 Menilai status semasa subset-subset sedia ada dan mencadangkan penambahbaikan serta tambah subset untuk membangunkan ekosistem pemodenan FAMA.
- 4.2 Merangka strategi transformasi pemasaran agromakanan yang inovatif dan mampan
- 4.3 Menyediakan satu pelan tindakan terperinci yang merangkumi langkah-langkah pelaksanaan pemodenan secara berperingkat, mengikut keutamaan dan tahap keupayaan organisasi.

5. SKOP KAJIAN

Perkhidmatan menjalankan Kajian Pembangunan *Blueprint* Transformasi Pemodenan Pemasaran FAMA ini adalah mengikut skop berikut :

5.1 Analisis Situasi Semasa

Kajian mendalam secara menyeluruh terhadap keadaan semasa sistem, aplikasi, proses kerja, pengurusan data, dan keupayaan sumber berkaitan pemasaran agromakanan di FAMA. Analisis ini akan menilai tahap keberkesanan, integrasi dan kemampuan sistem sedia ada dalam menyokong keperluan pemodenan.

5.2 Identifikasi Jurang

Mengenal pasti jurang antara keadaan semasa dan matlamat pemodenan yang ingin dicapai. Kajian ini akan mengenal pasti aspek-aspek yang perlu diperbaiki, termasuk kelemahan struktur dan sumber, ketidakcekapan proses, kekurangan teknologi dan ketiadaan integrasi antara sistem serta data.

5.3 Cadangan Penyelesaian

Menyediakan cadangan penyelesaian berdasarkan penemuan daripada analisis situasi dan jurang. Ini termasuk membangunkan reka bentuk seni bina (*architecture*) sistem, cadangan model operasi baharu dan pembangunan keupayaan sumber, pelan pembangunan aplikasi, data dan teknologi yang bersepadu.

5.4 Pelan Tindakan Strategik

Merangka pelan tindakan pelaksanaan transformasi yang terperinci meliputi tempoh jangka pendek, sederhana dan panjang. Pelan ini akan menyatakan langkah-langkah pelaksanaan, keutamaan pelaksanaan, petunjuk prestasi (KPI), dan sumber yang diperlukan.

5.5 Pemetaan Pemegang Taruh

Mengenal pasti semua pihak berkepentingan (*stakeholders*) yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam proses pemodenan pemasaran. Kajian ini akan merangka pelan komunikasi dan libat urus bagi memastikan semua pemegang taruh dilibatkan secara proaktif dan menyeluruh dalam pelaksanaan *blueprint* ini.

6. SKOP PERKHIDMATAN PERUNDING

Perunding yang akan dilantik bagi melaksanakan kajian ini perlu melaksanakan tanggungjawab-tanggungjawab berikut:

- 6.1 Mengendalikan sesi libat urus secara menyeluruh dengan semua pemegang taruh yang relevan termasuk pegawai dalaman FAMA, wakil industri agromakanan, agensi kerajaan, serta wakil komuniti usahawan. Sesi ini perlu dilaksanakan secara berstruktur dan didokumenkan sebagai asas input pembangunan *blueprint*.
- 6.2 Mengumpul, menyemak dan menganalisis semua data dan maklumat berkaitan dengan sistem, aplikasi, proses dan infrastruktur yang digunakan dalam aktiviti pemasaran agromakanan FAMA. Ini termasuk data daripada sumber dalaman dan luaran, serta maklumat hasil kajian lepas.
- 6.3 Menyediakan model seni bina transformasi (transformation architecture model) yang lengkap dan komprehensif merangkumi domain Business, Data, Application dan Technology. Model ini perlu menunjukkan integrasi antara komponen dan penyelesaian kepada jurang yang dikenalpasti.
- 6.4 Menyediakan laporan kajian yang lengkap dan terperinci termasuk dapatan, analisis, cadangan, strategi, dan pelan tindakan. Laporan ini perlu dibentangkan dalam format yang boleh digunakan terus oleh pihak FAMA untuk tujuan pelaksanaan dan komunikasi dasar.

- 6.5 Membuat pembentangan hasil akhir kajian di hadapan pengurusan tertinggi FAMA serta pihak berkepentingan lain. Perunding juga perlu bersedia memberi penjelasan teknikal dan menyelaraskan cadangan mengikut maklum balas yang diterima semasa sesi pembentangan.

7. DELIVARABLES (OUTPUT)

Perkhidmatan menjalankan Kajian Pembangunan *Blueprint* Transformasi Pemodenan Pemasaran FAMA ini perlu mengikut ketetapan deliverables (*output*) berikut :

7.1 Laporan Insepsi

Laporan permulaan yang mengandungi perancangan projek, pendekatan metodologi, perincian jadual kerja, pelan komunikasi, dan strategi pengurusan risiko. Laporan ini penting untuk memastikan pemahaman yang sama antara pihak FAMA dan perunding sebelum kajian dilaksanakan.

7.2 Laporan Interim

Laporan pertengahan yang membentangkan kemajuan kajian, dapatan awal, analisis situasi semasa, serta cabaran yang dihadapi. Ia bertindak sebagai laporan pengesahan halatuju sebelum peringkat pembangunan pelan strategi dimulakan.

7.3 Laporan Draf Akhir

Laporan komprehensif yang merangkumi keseluruhan hasil dapatan dan cadangan. Ia disediakan untuk semakan akhir oleh pihak FAMA sebelum pemurnian dan pengesahan kepada laporan akhir. Laporan ini termasuk semua lampiran teknikal, peta strategi, serta dokumen sokongan.

7.4 Laporan Akhir

Laporan rasmi yang telah dimuktamadkan selepas menerima maklum balas daripada pihak FAMA. Ia merangkumi strategi lengkap, pelan tindakan, pemetaan pemegang taruh, model seni bina transformasi dan komponen lain seperti yang digariskan dalam skop kajian.

8. CADANGAN TEMPOH DAN JADUAL

8.1 Tempoh pelaksanaan projek ini adalah **enam (6) bulan** dari tarikh penerimaan surat setuju terima (SST)

8.2 Berikut adalah jadual pelaksanaan bagi perkhidmatan yang perlu disediakan oleh perunding yang dilantik:

BIL	PERKHIDMATAN/ <i>DELIVARABLES</i> (OUTPUT)	TEMPOH MASA
1	Laporan Insepsi	Jun 2025
2	Laporan Interim	Jul – Ogos 2025
3	Laporan Draf Akhir	Sept – Okt 2025
4	Laporan Akhir	Nov - Dis 2025

9. KAEDAH PENETAPAN KOS PERKHIDMATAN

9.1 Penetapan kos adalah berdasarkan siling jabatan dengan nilai **RM495,000.00 (Ringgit Malaysia: Empat Ratus Lima Puluh Ribu Ringgit Sahaja).**

9.2 Manakala kaedah pembayaran adalah melalui kaedah **Sebut Harga (Bekalan & Perkhidmatan).**

10. KAEDAH PENETAPAN KOS PERKHIDMATAN PERUNDING

10.1 Penetapan kos adalah berdasarkan siling jabatan

10.2 Manakala kaedah pembayaran adalah **mengikut PK 3.2**. Peratus pembayaran dibenarkan mengikut kemajuan kerja seperti berikut :

BIL	PERKHIDMATAN/ <i>DELIVARABLES</i> (OUTPUT)	PERATUS BAYARAN
1	Laporan Insepsi	20%
2	Laporan Interim	30%
3	Laporan Draf Akhir	30%
4	Laporan Akhir	20%

10.3 Pembayaran akan disempurnakan selepas pembentangan perkembangan proses kerja dibuat dan pengesahan output diluluskan melalui Mesyuarat Jawatankuasa Penilai.

11. KESIMPULAN

Kajian Pembangunan *Blueprint* Transformasi Pemodenan Pemasaran FAMA ini merupakan satu inisiatif strategik yang amat penting dalam usaha memperkukuh keupayaan FAMA sebagai agensi peneraju pemasaran agromakanan negara. Dengan landskap pasaran yang semakin kompleks, berdaya saing dan dipacu oleh teknologi digital, FAMA perlu mengambil langkah tuntas untuk menyusun semula pendekatan pemasaran secara menyeluruh, sistematik dan mampan.

Kajian ini adalah langkah penting untuk meningkatkan keupayaan pemasaran agromakanan FAMA melalui pemodenan dan transformasi digital. Pelan roadmap yang dihasilkan akan menjadi panduan strategik bagi mencapai aspirasi FAMA dalam memastikan kelestarian pemasaran agromakanan di Malaysia.