



# Keberkesanan Persatuan Pengguna: Satu Kaji Selidik Terhadap Masyarakat Bandar

Md. Nor Othman, Zarina Yusof, Maziaton Samad  
Universiti Malaya

## Abstrak

*Tujuan utama kajian ini ialah untuk meneliti keberkesanan persatuan pengguna dari perspektif pengguna. Di samping itu, kajian ini akan melihat sejauh mana pengguna mengetahui tentang persatuan pengguna dan bahan bacaannya. Kaedah penyelidikan kaji selidik telah digunakan. Seramai 300 responden telah ditemuduga menggunakan kaedah pengumpulan data mall-intercept. Kajian ini mendapati bahawa pengguna bandar tidak begitu terdedah kepada persatuan pengguna dan bahan bacaannya. Persepsi pengguna terhadap persatuan pengguna tidaklah begitu memberangsangkan. Kertas kerja ini memberikan beberapa cadangan untuk memperbaiki persepsi masyarakat terhadap persatuan pengguna, di samping meningkatkan penglibatan masyarakat terhadap aktiviti-aktiviti persatuan pengguna.*

## Latar Belakang

Aktiviti kepenggunaan merupakan satu perkara baru kepada masyarakat Malaysia. Pengguna sering menjadi mangsa penindasan yang dilakukan oleh pengeluar yang ingin mengaut keuntungan tanpa menghiraukan kesan dan akibatnya kepada pengguna. Sistem pemasaran yang semakin kompleks menyebabkan pengguna semakin mudah dieksploitasi kerana kurangnya pengetahuan mereka.

Persatuan pengguna telah ditubuhkan untuk menyelesaikan masalah di antara pengguna dan pengeluar atau peniaga. Di Malaysia, aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna umumnya mendapat sambutan yang kurang menggalakkan daripada masyarakat. Masyarakat Malaysia dikatakan kurang memprotes atau mengadu kepada pengeluar, peniaga atau kerajaan apabila mereka tidak berpuas hati terhadap sesuatu pembelian (Hew 1998). Mereka umumnya memendam sendiri perasaan tidak puas hati tersebut. Mungkin mereka akan mengadu kepada keluarga, kawan, atau lain-lain pihak yang tidak formal.

Mencari kajian yang berkaitan dengan sikap masyarakat atau pengguna terhadap persatuan pengguna ternyata sukar. Hampir tidak ada kajian yang pernah meneliti isu ini. Yang banyak terdapat ialah kajian mengenai pengguna dan kepenggunaan, terutamanya kajian daripada luar negeri. Kangan, Cox, Higginbotham dan Burton (1975) telah membuat satu kajian tentang isu-isu yang biasa diperjuangkan oleh persatuan pengguna. Mereka mendapati bahawa antara isu-isu yang diperjuangkan oleh persatuan pengguna ialah kesihatan dan keselamatan, pembaikan dan perkhidmatan, harga, pencemaran alam sekitar, pemasaran dan kualiti produk.

Barksdale, Perreault, Arndt, Barnhill, French, Halliday dan Zif (1982) telah membuat satu kajian mengenai sikap pengguna

terhadap aktiviti kepenggunaan. Kajian ini meliputi enam buah negara, iaitu Australia, Kanada, United Kingdom, Israel, Norway dan Amerika Syarikat. Keputusan kajian menunjukkan bahawa pengguna-pengguna di dalam negara-negara tersebut berpendapat pergerakan pengguna telah berjaya dalam usahanya untuk menjadikan pengeluar lebih bertanggungjawab ke atas aduan pengguna. Persatuan pengguna juga berjaya menjadikan pengguna lebih sedar tentang haknya dan lebih sensitif semasa menggunakan haknya. Walau bagaimanapun, kajian mengenai sikap pengguna terhadap persatuan pengguna gagal ditemui.

Di Malaysia tiada kajian dijalankan untuk melihat sikap pengguna terhadap keberkesanan persatuan pengguna. Hasmah (1995) cuba melihat aktiviti persatuan pengguna dari perspektif Islam. Beliau berpendapat persatuan pengguna telah berjaya mencegah kemungkaran yang dilakukan oleh pihak penjual melalui aktivitinya yang melindungi pengguna dan memberi pendidikan kepada pengguna supaya tidak boros. Walau bagaimanapun, tiada kajian telah dibuat di Malaysia untuk melihat persepsi masyarakat terhadap persatuan pengguna.

Objektif utama kajian ini ialah untuk mengkaji keberkesanan persatuan pengguna dari perspektif pengguna. Secara khususnya, kajian ini mempunyai dua objektif: (a) Menilai kesedaran pengguna terhadap persatuan pengguna dan bahan bacaannya, dan (b) Meneliti persepsi pengguna terhadap persatuan pengguna. Kajian ini juga akan melihat sama ada terdapat perkaitan di antara ciri-ciri demografi dengan variabel-variabel yang diukur.

## **Metodologi Penyelidikan**

Bahagian ini menggariskan metodologi penyelidikan yang digunakan. Kajian ini mengguna-

kan kaedah penyelidikan kaji selidik. Bahagian ini akan membincangkan reka bentuk alat penyelidikan, tatacara persampelan, dan tatacara pengumpulan data.

## **Alat Penyelidikan**

Alat penyelidikan bagi kajian ini merupakan soal selidik setebal enam halaman. Soalan-soalan yang berkaitan dengan kajian ini didapati di dalam tiga bahagian. Bahagian 1 mengandungi soalan-soalan berbentuk tertutup (*close-ended*). Responden ditanya mengenai tahap kesedaran mereka tentang kewujudan persatuan pengguna serta majalah/suratkhbar pengguna yang diterbitkan oleh persatuan pengguna.

Dalam Bahagian 2, sebanyak 18 pernyataan diberikan untuk mengukur tahap persetujuan responden terhadap beberapa isu yang berkaitan dengan persatuan pengguna dan aktivitinya. Responden diminta menyatakan tahap persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan dengan menggunakan skala *Likert* tujuh-*point* dari "1 = Sangat Tidak Bersetuju" hingga "7 = Sangat Bersetuju". Contoh pernyataan yang digunakan ialah: "Saya boleh dengan mudah menghubungi persatuan pengguna di kawasan saya apabila timbul masalah berkaitan dengan aktiviti pembelian", "Persatuan pengguna mampu menyelesaikan masalah pembelian saya dengan lebih cepat dan berkesan", dan "Kebanyakan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna adalah membosankan".

Bahagian 3 mengukur ciri-ciri responden. Antara ciri-ciri yang diukur ialah jantina, umur, bangsa, taraf perkahwinan, pendapatan isi rumah dan taraf pendidikan. Soal selidik ini kemudian telah dipra-uji dengan menggunakan sepuluh orang responden. Berdasarkan maklum balas yang diterima daripada responden ini, versi akhir soal selidik telah dikeluarkan.

## Tatacara Persampelan dan Pengumpulan Data

Kajian ini hanya merangkumi penduduk di sekitar Kuala Lumpur and Petaling Jaya. Kajian ini menggunakan teknik *mall-intercept*. Sebanyak enam buah *shopping mall* telah dipilih. Shopping mall yang dipilih ialah The Mall di Jalan Putra, Sungei Wang Plaza di Bukit Bintang, Pernas-Sogo di Jalan Tuanku Abdul Rahman, Selayang Mall di Selayang, Alpha Angle di Wangsa Maju, dan Subang Parade di Subang Jaya.

Di setiap *shopping mall*, seramai 50 orang responden akan dipilih untuk ditemuduga. Secara keseluruhannya, kajian ini menetapkan jumlah responden sasaran sebanyak 300 orang. Tatacara persampelan dikawal dengan teliti untuk memastikan bahawa responden yang dipilih terdiri daripada mereka-mereka yang mempunyai ciri-ciri demografi yang berbeza. Antara ciri demografi yang dianggap penting ialah jantina, bangsa, umur, taraf perkahwinan, taraf pendidikan, dan pendapatan isi rumah.

Seramai tiga orang penemuduga terlibat di dalam fasa pengumpulan data. Responden didekati di pintu masuk *shopping mall*. Temuduga dijalankan di antara pukul 10.00 pagi hingga 6.00 petang. Bagi shopping mall yang terletak di kawasan penempatan penduduk Melayu, seperti Alpha Angle, Subang Parade, and Selayang Mall, penemuduga akan cuba menemuduga lebih ramai responden Melayu. Di kawasan penempatan penduduk Cina pula, seperti The Mall, Sungei Wang Plaza, and Pernas-Sogo, lebih ramai responden Cina akan diambil.

## Keputusan Kajian

Bahagian ini dimulai dengan membincangkan ciri-ciri demografi responden. Ini diikuti dengan perbincangan mengenai kesedaran

pengguna terhadap persatuan pengguna dan bahan bacaan secara keseluruhan dan berdasarkan kepada perbandingan demografi. Analisis persepsi pengguna terhadap persatuan pengguna secara keseluruhan dan berdasarkan kepada perbandingan demografi akan dilakukan di akhir bahagian ini.

## Ciri-Ciri Responden

Ciri-ciri demografi responden diberikan di dalam Jadual 1. Daripada 300 responden yang ditemubual, responden lelaki sama banyak dengan responden wanita. Kebanyakan responden adalah berumur di antara 20-29 tahun (44.7 peratus), diikuti oleh responden yang berumur di antara 30-39 tahun (31.0 peratus), kurang daripada 20 tahun (12.7 peratus) dan lebih daripada 40 tahun (11.6 peratus). Dari segi status perkahwinan, peratus bujang (51.0 peratus) lebih kurang sama besar dengan responden yang telah berkahwin (49.0 peratus). Hampir dua-pertiga daripada responden adalah berbangsa Melayu (61.7 peratus), manakala yang lainnya adalah berbangsa Cina (38.3 peratus).

Dalam kajian ini, sebahagian besar daripada responden (51.7 peratus) adalah pekerja sektor swasta, manakala 24.3 peratus responden tidak bekerja (umumnya suri rumah dan pesara), 13.3 peratus responden bekerja sendiri dan hanya 10.7 peratus responden adalah kakitangan kerajaan. Merujuk kepada pendapatan isi rumah, kebanyakan responden berpendapatan sederhana iaitu di antara RM1,000-RM1,999 (35.3 peratus) dan RM2,000-RM3,999 (28.0 peratus). Responden yang berpendapatan kurang daripada RM1,000 ialah 20.7 peratus. Responden yang mempunyai pendapatan lebih daripada RM4,000 pula ialah 16.0 peratus. Data mengenai taraf pendidikan menunjukkan bahawa sebahagian besar responden mempunyai taraf pendidikan sederhana iaitu pada



**Jadual 1**  
**Ciri-Ciri Responden**

Ciri-ciri	Bilangan	Peratus (%)
1. Jantina		
Lelaki	150	50
Perempuan	150	50
2. Umur		
Kurang dari 20 tahun	38	12.7
20 – 29 tahun	134	44.7
30 – 39 tahun	93	31.0
40 tahun ke atas	35	11.6
3. Taraf perkahwinan		
Bujang	153	51.0
Berkahwin	147	49.0
4. Bangsa		
Melayu	185	61.7
Cina	115	38.3
5. Pekerjaan		
Kerajaan	32	10.7
Swasta	155	51.7
Bekerja sendiri	40	13.3
Tidak bekerja	73	24.3
6. Pendapatan Isirumah		
Kurang dari RM1000	62	20.7
RM1000 – RM1999	106	35.3
RM2000 – RM3999	84	28.0
Lebih dari RM4000	48	16.0
7. Taraf pendidikan		
Sek. Rendah/LCE/SRP/PMR	58	19.3
MCE/SPM/SPVM	138	46.0
HSC/STPM/Diploma Kolej	66	22.0
Ijazah Universiti/Profesional	38	12.7

peringkat MCE/SPM/SPVM (46.0 peratus). Lebih kurang satu-per-lima responden (22.0 peratus) responden menerima pendidikan pada peringkat HSC/STPM/Diploma Kolej. Responden yang berpendidikan rendah (Sekolah Rendah/LCE/SRP/PMR) pula ialah 19.3

peratus, sementara responden yang berpendidikan tinggi (Ijazah Universiti/Profesional) adalah 12.7 peratus.

## Kesedaran Terhadap Persatuan Pengguna dan Bahan Bacaan

Keputusan kajian mengenai kesedaran pengguna terhadap persatuan pengguna akan dibahagikan kepada dua bahagian. Pertama, penemuan secara keseluruhan akan dibentangkan. Bahagian berikut akan meneliti sama ada terdapat perkaitan di antara kesedaran terhadap persatuan pengguna dan bahan bacaan dengan kumpulan demografi.

### a. Penemuan Keseluruhan

Penemuan keseluruhan dirumuskan di dalam Jadual 2. Kajian ini mendapati majoriti responden menyedari dan mengetahui adanya persatuan pengguna. Daripada 300 responden yang dikaji, seramai 280 responden (93.3 peratus) pernah mendengar atau membaca tentang persatuan pengguna. Hanya 6.7 peratus responden mendakwa mereka tidak pernah mendengar atau membaca tentang persatuan pengguna.

Apabila responden ditanya mengenai sama ada mereka pernah membaca majalah/suratkhbar pengguna, keputusan kajian mendapati sebahagian besar responden (86.7 peratus) tidak pernah membaca majalah atau suratkhbar pengguna. Hanya 13.3 peratus responden pernah membaca majalah atau suratkhbar pengguna. Ini bermakna hanya sebahagian kecil responden sahaja yang pernah membaca bahan bacaan kepenggunaan.

Sejauhmana komitednya responden dengan isu-isu kepenggunaan dapat diperhatikan pada bilangan responden yang membeli majalah atau suratkhbar pengguna. Daripada keseluruhan responden hanya lapan



Jadual 2  
Kesedaran Terhadap Persatuan Pengguna Dan Bahan Bacaan

	Ya		Tidak		Jumlah	
	Bil.	%	Bil.	%	Bil.	%
1. Pernahkah anda mendengar/membaca tentang persatuan pengguna	280	93.3	20	6.7	300	100
2. Pernahkah anda membaca majalah/ suratkhbar pengguna	40	13.3	260	86.7	300	100
3. Pernahkah anda membeli majalah/ suratkhbar Pengguna	24	8.0	276	92.0	300	100
			Jenis Bacaan			
	Bil.	%	Utusan Pengguna		Utusan Konsumer	
4. <i>Kekerapan membaca majalah/ suratkhbar pengguna</i>						
Tidak pernah langsung	260	86.7	-	-	-	-
1-4 kali	36	12.0	91.7%	8.3%		
5 kali atau Lebih	4	1.3	50.0%	50.0%		
Jumlah	300	100.0				
5. <i>Kekerapan membeli majalah/ suratkhbar pengguna</i>						
Pernah membeli	24	8.0	-	-	-	-
Tidak pernah membeli	276	92.0	-	-	-	-
Jumlah	300	100.0	-	-	-	-

peratus responden sahaja yang pernah membeli majalah atau suratkhbar pengguna. Sementara 92 peratus responden mengatakan mereka tidak pernah membeli majalah dan suratkhbar pengguna. Ini jelas menunjukkan bahawa masyarakat bandar di Malaysia tidak begitu berminat dengan isu-isu kepenggunaan.

Selain daripada itu, maklumat berkaitan dengan kekerapan membaca dan membeli majalah atau suratkhbar pengguna dan jenis bacaan juga diperolehi daripada responden. Maklumat ini dapat mengukur dengan lebih terperinci komitmen yang diberikan oleh responden. Dengan merujuk kepada jadual yang sama didapati 12 peratus responden membaca di antara 1 hingga 4 kali setahun dengan 91.7 peratus daripada mereka memilih

Utusan Pengguna. Hanya 8.3 peratus responden memilih Utusan Konsumer. Kajian ini mendapati hanya 1.3 peratus responden membaca lebih daripada 5 kali dengan setengah daripada mereka memilih Utusan Pengguna dan setengah lagi memilih Utusan Konsumer. Dari segi kekerapan membeli dapat dirumuskan bahawa walaupun responden pernah membaca majalah atau suratkhbar pengguna tetapi bahan bacaan ini tidak semestinya dibeli oleh pengguna. Ini bermakna punca sumber mungkin diperolehi daripada rakan, perpustakaan atau pejabat. Hasil kajian ini mendapati Utusan Pengguna yang merupakan bahan bacaan dalam bahasa Melayu adalah bahan bacaan yang lebih popular di kalangan responden.



## **b. Perbandingan Demografi**

Beberapa ujian telah dilakukan untuk mengetahui sama ada terdapat perbezaan di antara beberapa ciri demografi dengan kesedaran pengguna terhadap persatuan pengguna dan bahan bacaan. Ujian statistik yang digunakan ialah *Chi-square*. Variabel bersandar yang diuji dalam kajian ini adalah soalan-soalan tentang kesedaran pengguna terhadap persatuan pengguna dan bahan bacaan. Manakala variabel tidak bersandar pula adalah ciri-ciri demografi responden. Perbincangan seterusnya akan hanya dibuat ke atas keputusan ujian yang signifikan sahaja pada paras  $p \geq 0.05$ .

**Mendengar/Membaca Tentang Persatuan Pengguna:** Keputusan kajian ke atas faktor demografi menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan dalam variabel *umur* terhadap soalan "Pernahkah anda mendengar atau membaca tentang persatuan pengguna" ( $p = 0.011$ ). Kajian mendapati responden yang berumur di antara 30-39 tahun mempunyai kecenderungan untuk pernah mendengar atau membaca tentang persatuan pengguna (100 peratus) lebih daripada responden-responden di dalam kumpulan umur yang lain, misalnya, lebih dari 40 tahun (94.3 peratus), kurang dari 20 tahun (92.1 peratus) dan di antara 20-29 tahun (88.8 peratus).

Perbezaan yang signifikan juga terdapat pada variabel *taraf pendidikan* ( $p = 0.023$ ). Responden yang berpendidikan HSC/STPM/Diploma mempunyai lebih kecenderungan untuk pernah mendengar tentang persatuan pengguna (100 peratus), dibandingkan dengan responden yang berpendidikan MCE/SPM/SPVM (93.5 peratus) dan berpendidikan ijazah universiti atau profesional (92.1 peratus). Bagi responden yang berpendidikan sekolah rendah/LCE/SRP/PMR, hanya 86.2 peratus pernah mendengar tentang persatuan pengguna.

**Membaca Majalah/Suratkhbar Pengguna:** Hampir kesemua faktor demografi yang diuji tidak menunjukkan perbezaan nyata terhadap soalan "Pernahkah membaca majalah pengguna atau suratkhbar pengguna". Hanya variabel *umur* sahaja didapati signifikan ( $p = 0.041$ ). Kajian mendapati responden yang berumur lebih daripada 40 tahun mempunyai peratus yang pernah membaca majalah atau suratkhbar pengguna yang lebih tinggi (28.6 peratus) daripada responden di dalam kumpulan umur yang lain: 30-39 tahun (12.9 peratus), kurang daripada 20 tahun (10.5 peratus) dan 20-29 tahun (10.4 peratus). Ini bermakna semakin meningkat umur responden, semakin tinggi peratusan yang membaca majalah atau suratkhbar pengguna. Ianya mungkin kesan daripada kematangan umur dan pengalaman atau kehidupan yang lebih lama yang dilalui menjadikan mereka lebih peka atau sensitif kepada keadaan persekitaran yang melibatkan kebajikan mereka sebagai pengguna.

**Membeli Majalah/Suratkhbar Pengguna:** Berkaitan dengan soalan "Pernahkah anda membeli majalah atau suratkhbar pengguna", kesemua variabel demografi iaitu jantina, umur, taraf perkahwinan, bangsa, pekerjaan, tingkat pendapatan dan taraf pendidikan yang diuji tidak menunjukkan perbezaan yang nyata terhadap soalan tersebut. Kesemua kumpulan demografi mempunyai kecenderungan yang sama di dalam hal membeli majalah atau suratkhbar pengguna.

## **Persepsi Pengguna Terhadap Persatuan Pengguna**

Bahagian ini mengukur persepsi pengguna terhadap persatuan pengguna. Sebanyak 18 pernyataan telah dikemukakan kepada responden. Skala *Likert* tujuh *point* bermula dari "1 = sangat tidak bersetuju" hingga "7 = sangat

bersetuju” digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap pernyataan tersebut. Statistik min digunakan untuk menilai tahap persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Semakin tinggi nilai min semakin bersetuju responden dengan pernyataan tersebut. Bahagian ini dipecahkan kepada dua sub-bahagian. Pertama, penemuan keseluruhan akan dibincangkan. Kedua, perbandingan dari segi demografi akan diteliti.

### **a. Persepsi Keseluruhan**

Hasil daripada ujian ini dirumuskan di dalam Jadual 3. Jadual 3 menyenaraikan secara menurun 18 pernyataan berdasarkan nilai min. Nilai min yang paling tinggi iaitu 5.560 diperolehi oleh pernyataan “Pada pendapat saya persatuan pengguna perlu lebih aktif dalam menangani isu-isu kepenggunaan”. Keputusan ini menunjukkan bahawa kebanyakan responden merasakan persatuan pengguna di Malaysia masih kurang aktif dan penglibatan yang lebih serius adalah diperlukan. Ramai responden merasakan bahawa penglibatan pengguna dalam aktiviti persatuan pengguna mampu memberikan kesan positif kepada corak pembelian pengguna. Responden juga mengakui pentingnya persatuan pengguna untuk melindungi hak dan kebajikan pengguna. Di mana nilai min yang kedua tertinggi (iaitu 4.937) dicatatkan bagi pernyataan “Penglibatan dalam aktiviti persatuan pengguna dapat mengubah corak pembelian pengguna” dan nilai min ketiga tertinggi (iaitu 4.900) bagi pernyataan “Hak dan kepentingan pengguna akan lebih terpelihara dengan adanya persatuan pengguna”.

Responden umumnya berpendapat bahawa aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna adalah berfaedah dan dapat meningkatkan kesedaran pengguna tentang hak dan kepentingan mereka sebagai seorang pengguna. Persatuan pengguna juga dianggap

telah bertindak dengan baik dalam menyelesaikan masalah pembelian pengguna. Ini kerana nilai min yang sederhana tinggi diperolehi bagi pernyataan “Saya rasa aktiviti pengguna telah memberi faedah kepada pengguna umumnya”, “Aktiviti persatuan pengguna banyak memberi manfaat dan meningkatkan kesedaran saya tentang hak saya sebagai pengguna” dan “Saya yakin persatuan pengguna mampu menyelesaikan masalah pembelian saya” dengan nilai min masing-masing 4.870, 4.803 dan 4.663.

Walaupun wujud kesedaran tentang pentingnya melibatkan diri dalam aktiviti persatuan pengguna namun begitu responden agak bersetuju bahawa ianya kurang mendapat sokongan daripada pengguna. Ini dibuktikan melalui tahap persetujuan yang sederhana tinggi bagi pernyataan “Masalah utama persatuan pengguna adalah kurangnya sokongan daripada pengguna sendiri” dengan nilai min 4.600. Bagi pernyataan “Persatuan pengguna mampu menyelesaikan masalah pembelian saya dengan cepat dan berkesan”, nilai min yang dicatatkan ialah 4.543. Ini bermakna responden tidak menafikan bahawa persatuan pengguna mampu menangani masalah pengguna dengan berkesan.

Selain daripada itu, responden juga mengakui sumbangan persatuan pengguna terhadap alam sekitar. Tetapi responden tidak begitu pasti dengan sumbangan persatuan pengguna kepada masyarakat setempat. Kajian mendapati walaupun persatuan pengguna ada menjalankan aktiviti seperti ceramah, bengkel, dan lain-lain, responden kurang mengetahui tentang promosi kegiatan tersebut. Ini kerana kebanyakan kegiatan dijalankan di sekolah atau institusi pengajian tinggi yang disertai oleh pelajar-pelajar atau kakitangan institusi berkenaan dan bukannya dijalankan di kawasan yang lebih umum yang mampu disertai oleh pengguna setempat. Oleh yang demikian, pernyataan “Persatuan peng-



**Jadual 3**  
**Nilai Min Persepsi Pengguna\***

	<b>Pernyataan</b>	<b>Min</b>
1.	Pada pendapat saya persatuan pengguna perlu lebih aktif dalam menangani isu-isu kepenggunaan	5.560
2.	Penglibatan dalam aktiviti persatuan pengguna dapat mengubah corak pembelian pengguna.	4.937
3.	Hak dan kepentingan pengguna akan lebih terpelihara dengan adanya persatuan pengguna	4.900
4.	Saya rasa aktiviti persatuan pengguna telah memberi faedah kepada pengguna umumnya.	4.870
5.	Aktiviti persatuan pengguna banyak memberi manafaat dan meningkatkan kesedaran saya tentang hak saya sebagai pengguna.	4.803
6.	Saya yakin persatuan pengguna mampu menyelesaikan masalah pembelian saya.	4.663
7.	Masalah utama persatuan pengguna adalah kurangnya sokongan dari pengguna sendiri	4.600
8.	Persatuan pengguna mampu menyelesaikan masalah pembelian saya dengan cepat dan berkesan.	4.543
9.	Persatuan pengguna memberi penekanan kepada isu-isu berkaitan alam sekitar dalam aktivitinya.	4.537
10.	Saya tidak begitu pasti tentang sumbangan yang diberikan oleh persatuan pengguna di kawasan saya.	4.420
11.	Saya tidak begitu pasti tentang aktiviti yang dianjurkan oleh persatuan pengguna.	4.343
12.	Setakat ini saya amat berpuashati dengan tindakan yang telah diambil oleh persatuan pengguna dalam menangani masalah pembelian saya.	4.240
13.	Kebanyakan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna adalah membosankan.	4.140
14.	Persatuan pengguna telah berjaya dalam aktivitinya untuk mendekati pengguna.	4.010
15.	Saya boleh dengan mudah menghubungi persatuan pengguna di kawasan saya apabila timbul masalah berkaitan aktiviti pembelian.	3.923
16.	Kewujudan persatuan pengguna tidak memberi kesan kepada saya.	3.873
17.	Persatuan pengguna di kawasan saya kerap menjalankan aktiviti yang berfaedah.	3.850
18.	Saya akan membeli barangan yang dicadangkan oleh persatuan pengguna sahaja.	3.477

\* Berdasarkan skala Likert 7 point bermula dari "1 = sangat tidak bersetuju" hingga "7 = sangat bersetuju". Lebih tinggi nilai min, lebih bersetuju responden dengan pernyataan tersebut.

guna memberi penekanan kepada isu-isu berkaitan alam sekitar dalam aktivitinya”, “Saya tidak begitu pasti tentang sumbangan yang diberikan oleh persatuan pengguna di kawasan saya” dan “Saya tidak begitu pasti tentang aktiviti yang dianjurkan oleh persatuan pengguna” mempunyai tahap persetujuan yang umumnya sederhana iaitu nilai min masing-masing, 4.537, 4.420 dan 4.343.

Kajian ini juga menunjukkan responden kurang berpuashati dengan peranan yang dimainkan oleh persatuan pengguna dalam menangani masalah pengguna. Di mana pernyataan “Setakat ini saya amat berpuashati dengan tindakan yang telah diambil oleh persatuan pengguna dalam menangani masalah pembelian saya” hanya mencatatkan nilai min 4.240. Responden juga kurang bersetuju dengan pendapat yang mengatakan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna adalah kurang menarik. Ini kerana pernyataan “Kebanyakan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna adalah membosankan” mempunyai nilai min 4.140. Walau bagaimanapun, responden berpendapat aktiviti tersebut tidak berupaya menarik minat dan penyertaan pengguna, di mana pernyataan “Persatuan pengguna telah berjaya dalam aktivitinya untuk mendekati pengguna” hanya merekodkan nilai min yang sederhana iaitu 4.010.

Responden umumnya mengakui adalah sukar untuk menghubungi persatuan pengguna. Ianya mungkin kerana kurangnya cawangan-cawangan persatuan pengguna di Malaysia ataupun mungkin mereka tidak mengetahui di mana terletak cawangan-cawangan tersebut. Ini dibuktikan oleh pernyataan “Saya boleh dengan mudah menghubungi persatuan pengguna di kawasan saya apabila timbul masalah berkaitan aktiviti pembelian” mencatatkan nilai min yang rendah iaitu 3.923. Responden menyedari dan mengakui bahawa persatuan pengguna mem-

punyai peranan dalam melindungi hak dan memberikan pendidikan kepenggunaan kepada pengguna. Mereka tidak bersetuju dengan pandangan yang mengatakan bahawa persatuan pengguna tidak memberi apa-apa kesan. Oleh yang demikian pernyataan “Kewujudan persatuan pengguna tidak memberi kesan kepada saya” tidak dipersetujui dan mencatatkan nilai min 3.850.

Responden umumnya berpendapat persatuan pengguna jarang mengadakan aktiviti yang berfaedah di kawasan mereka. Ini digambarkan dengan pernyataan “Persatuan pengguna di kawasan saya kerap menjalankan aktiviti yang berfaedah” mendapat kadar persetujuan yang rendah dengan nilai minnya 3.850. Manakala pernyataan “Saya akan membeli barangan yang dicadangkan oleh persatuan pengguna sahaja” sebaliknya mendapat nilai min yang paling rendah iaitu 3.477. Adalah tidak menghairankan apabila responden mengakui mereka masih membeli barangan yang tidak dicadangkan oleh persatuan pengguna. Ini menunjukkan persatuan pengguna kurang berjaya untuk mempengaruhi pengguna untuk membeli barangan yang dicadangkan. Masalah ini mungkin disebabkan oleh kurangnya sambutan ke atas aktiviti yang dijalankan atau bahan bacaan yang diterbitkan oleh persatuan pengguna tidak sampai kepada masyarakat.

## b. Persepsi Berdasarkan Demografi

Bahagian ini membentangkan hasil penemuan berkaitan di antara variabel demografi dengan persepsi pengguna terhadap persatuan pengguna. Ujian statistik t-tests dan analisis varians (di mana sesuai) digunakan untuk tujuan ini.

**Bangsa:** Daripada 18 pernyataan yang diberikan hanya satu pernyataan sahaja didapati signifikan (pada  $p = 0.024$ ) iaitu “Kewujudan

persatuan pengguna tidak memberi kesan kepada saya". Terdapat perbezaan yang jelas di antara responden Melayu dengan Cina berkaitan dengan pernyataan tersebut. Responden Melayu lebih cenderung untuk kurang bersetuju dengan pernyataan tersebut berbanding dengan responden Cina. Ini bermakna responden Cina lebih percaya bahawa kewujudan persatuan pengguna tidak akan memberikan kesan kepada mereka sebagai pengguna. Min responden Melayu adalah 3.72 iaitu lebih rendah daripada min responden Cina iaitu 4.12.

**Jantina:** Apabila perkaitan di antara jantina responden dengan persepsi diteliti, tiada satupun pernyataan didapati signifikan (iaitu pada paras  $p \geq 0.05$ ). Responden lelaki dan responden perempuan mempunyai persepsi yang agak sama terhadap 18 pernyataan yang diberikan.

**Taraf Perkahwinan:** Kajian ini juga cuba melihat perkaitan di antara taraf perkahwinan dengan persepsi pengguna. Dengan menggunakan ujian ANOVA satu-hala, tiga pernyataan daripada 18 didapati signifikan. Pertama, variabel taraf perkahwinan mempunyai perkaitan yang jelas dengan pernyataan "Persatuan pengguna di kawasan saya kerap menjalankan aktiviti yang berfaedah" ( $p = 0.019$ ). Keputusan kajian menunjukkan responden yang telah berkahwin dan responden bujang mempunyai pandangan yang berlainan. Responden bujang mempunyai kadar persetujuan yang lebih rendah daripada responden berkahwin mengenai pernyataan di atas. Tahap persetujuan responden yang telah berkahwin adalah 4.047, manakala responden bujang pula adalah 3.660.

Kedua, responden yang telah berkahwin lebih bersetuju dengan pernyataan "Saya tidak begitu pasti tentang sumbangan yang diberikan oleh persatuan pengguna di kawasan

saya" jika dibandingkan dengan responden bujang ( $p = 0.041$ ). Keputusan ini menunjukkan bahawa responden yang telah berkahwin mempunyai keinginan dan harapan yang lebih tinggi ke atas peranan yang dimainkan oleh persatuan pengguna di kawasan mereka. Ujian statistik menunjukkan min responden yang telah berkahwin (4.585) adalah lebih tinggi daripada min responden bujang (4.261).

Ketiga, responden yang telah berkahwin lebih bersetuju dengan pernyataan "Kewujudan persatuan pengguna tidak memberi kesan kepada saya" dibandingkan dengan responden bujang ( $p = 0.001$ ). Keputusan ini menunjukkan bahawa responden yang telah berkahwin mengharapkan peranan yang lebih luas dan penting daripada persatuan pengguna. Aktiviti dan program persatuan pengguna yang ada sekarang dirasakan kurang memberi faedah kepada mereka. Responden yang telah berkahwin mempunyai tahap min 3.588, manakala responden bujang pula mempunyai tahap min 4.107.

**Umur:** Ujian ANOVA satu-hala di antara variabel umur dengan persepsi pengguna mendapati variabel umur mempunyai perbezaan yang signifikan dalam dua daripada 18 pernyataan yang diberikan. Tingkat umur yang berbeza mempunyai pendapat yang berbeza dalam pernyataan "Persatuan pengguna telah berjaya dalam aktivitinya untuk mendekati pengguna" ( $p = 0.011$ ). Responden yang berumur kurang daripada 20 tahun paling bersetuju dengan pernyataan ini dibandingkan dengan responden di dalam kumpulan umur yang lain. Responden yang berumur lebih daripada 40 tahun juga mempunyai nilai min yang agak tinggi. Nilai min setiap kumpulan adalah seperti berikut: kurang daripada 20 tahun = 4.526, lebih daripada 40 tahun = 4.400, 20-29 tahun = 4.015, dan 30-39 tahun = 3.645.



Perbezaan pendapat juga adalah jelas dalam pernyataan “Masalah utama persatuan pengguna adalah kurangnya sokongan daripada pengguna” ( $p = 0.001$ ). Responden yang berumur kurang daripada 20 tahun mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk bersetuju dengan pernyataan ini. Tahap persetujuan yang diperolehi daripada keputusan ini ialah 5.579 bagi responden berumur kurang daripada 20 tahun, 4.590 bagi responden 20-29 tahun, 4.457 bagi responden lebih daripada 40 tahun dan 4.269 bagi responden 30-39 tahun.

**Pendapatan Isirumah:** Apabila variabel pendapatan isi rumah diteliti, kajian mendapati pernyataan “Kebanyakan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna adalah membosankan” adalah signifikan ( $p = 0.040$ ). Responden berpendapatan RM1,000–RM1,999 dan responden yang berpendapatan lebih daripada RM4,000 memberikan kadar persetujuan yang agak tinggi terhadap pernyataan ini. Responden berpendapatan RM2,000–RM3,999 dan responden yang berpendapatan kurang daripada RM1,000 pula mempunyai kadar persetujuan yang agak rendah. Min setiap kumpulan pendapatan diberikan seperti berikut: kurang daripada RM1,000 = 3.887, RM1,000–RM1,999 = 4.359, RM2,000–RM3,999 = 3.929 dan lebih daripada RM4,000 = 4.354.

Pernyataan “Persatuan pengguna memberi penekanan kepada isu-isu alam sekitar dalam aktiviti” juga didapati signifikan ( $p = 0.017$ ). Responden berpendapatan lebih daripada RM4,000 dan mereka yang berpendapatan RM1,000–RM1,999 mempunyai nilai min yang tinggi. Sebaliknya, responden berpendapatan RM2,000–RM3,999 dan kurang daripada RM1,000 memberikan persetujuan yang rendah terhadap pernyataan ini. Tahap persetujuan responden berpendapatan lebih daripada RM4,000 adalah

4.792, diikuti oleh 4.613 bagi responden berpendapatan RM1,000–RM1,999, 4.595 bagi responden berpendapatan RM2,000–RM3,999 dan 4.129 bagi responden berpendapatan kurang dari RM1,000.

**Taraf Pendidikan:** Kajian ini juga cuba meneliti perkaitan di antara taraf pendidikan dengan persepsi pengguna. Hanya terdapat dua pernyataan sahaja yang didapati signifikan. Pernyataan “Saya boleh dengan mudah menghubungi persatuan pengguna di kawasan saya” adalah signifikan,  $p = 0.026$ . Kajian mendapati semakin tinggi taraf pendidikan responden semakin sukar responden menghubungi persatuan pengguna. Responden berpendidikan sekolah rendah/LCE/SRP/PMR, MCE/SPM/SPVM dan HSC/STPM/Diploma Kolej mempunyai nilai min yang lebih tinggi daripada responden yang berpendidikan lebih tinggi iaitu ijazah universiti atau profesional. Nilai min setiap kumpulan adalah seperti berikut: sekolah rendah/LCE/SRP/PMR 4.207, MCE/SPM/SPVM 3.993, HSC/STPM/Diploma Kolej 3.818, dan ijazah universiti/profesional 3.421.

Pernyataan “Persatuan pengguna perlu lebih aktif dalam menangani isu-isu kepenggunaan” juga didapati signifikan ( $p = 0.026$ ). Responden berpendidikan ijazah universiti atau profesional, MCE/SPM/SPVM dan HSC/STPM/Diploma Kolej lebih cenderung untuk menyatakan bahawa persatuan pengguna perlu lebih aktif dalam menangani isu-isu kepenggunaan. Tahap persetujuan yang dicapai adalah 6.026 bagi responden berpendidikan ijazah universiti/profesional, 5.638 bagi responden berpendidikan MCE/SPM/SPVM dan 5.409 bagi responden berpendidikan HSC/STPM/Diploma Kolej. Manakala responden yang berpendidikan lebih rendah memberikan tahap persetujuan yang lebih rendah iaitu 5.241.

## **Kesimpulan**

Kajian ini mendapati kebanyakan responden sedar tentang adanya persatuan pengguna tetapi mereka kurang membaca dan membeli majalah atau suratkhbar pengguna. Ini bermakna tidak ramai yang mengetahui dan mengikuti perkembangan semasa isu kepenggunaan. Selain daripada itu ia juga menunjukkan bahan bacaan yang diterbitkan oleh persatuan pengguna kurang mendapat sambutan khususnya di sekitar Lembah Kelang. Kekurangan pengetahuan mengenai persatuan pengguna dan aktivitinya mungkin menyebabkan pengguna kurang memahami tentang hak mereka sebagai seorang pengguna. Oleh itu, untuk menarik lebih ramai pengguna membaca majalah atau suratkhbar pengguna, persatuan pengguna perlulah lebih aktif dan kreatif untuk menyampaikan maklumat kepada pengguna.

Kajian mendapati hanya terdapat dua jenis bacaan yang dirujuk oleh responden, di mana Utusan Pengguna merupakan bahan bacaan yang lebih popular. Mempelbagaikan bahan bacaan majalah atau suratkhbar pengguna adalah alternatif yang dapat menarik minat pembaca. Salah satu cara yang boleh dilakukan ialah melanggan majalah atau suratkhbar pengguna yang bertaraf antarabangsa. Oleh kerana tidak semua pengguna memahami medium pengantar yang digunakan mungkin langkah untuk menterjemahkan bahan bacaan tersebut dapat diusahakan.

Hasil kajian mengenai persepsi pengguna ke atas persatuan pengguna mendapati kebanyakan responden yakin penglibatan pengguna dalam aktiviti persatuan pengguna dapat meninggikan pengetahuan mereka di samping melindungi hak dan kebajikan mereka sebagai pengguna. Namun kekurangan aktiviti yang dapat menarik lebih ramai pengguna serta cawangan yang lebih tertumpu di bandar, menimbulkan kesukaran bagi pengguna untuk

berhubung dengan persatuan pengguna.

Kebanyakan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna kurang mendapat sambutan dari pengguna sendiri. Perkara ini bukanlah disebabkan oleh kurangnya minat dari pengguna untuk menyertai aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna, sebaliknya promosi tentang kegiatan yang dijalankan juga amat penting untuk menarik pengguna menyertainya. Dari hasil kajian didapati pengguna tidak berminat untuk menyertai aktiviti persatuan pengguna. Ini menunjukkan kegagalan persatuan pengguna untuk menarik minat pengguna sekaligus menunjukkan persatuan pengguna gagal mendekati pengguna.

Selain daripada itu, pengaruh persatuan pengguna juga didapati kurang hebat untuk mengubah corak pembelian pengguna. Kebanyakan pengguna tidak peduli sama ada barangan tersebut adalah barangan yang dicadangkan oleh persatuan pengguna atau tidak. Apa yang penting bagi mereka adalah keperluan dan ketersediaan barangan tersebut. Pengguna juga mendesak agar persatuan pengguna lebih aktif memainkan peranannya. Walaupun mereka menyedari bahawa persatuan pengguna kurang mendapat sokongan pengguna tetapi mereka yakin sokongan akan diberikan sekiranya persatuan pengguna mampu menarik minat mereka.

Perbandingan dari segi ciri-ciri demografi menunjukkan "bangsa", "taraf perkahwinan", "umur", "pendapatan isirumah" dan "taraf pendidikan", mempunyai kesan ke atas persepsi responden. Kajian ini mendapati bangsa Cina tidak begitu kisah dengan kewujudan persatuan pengguna. Bagi mereka kewujudan persatuan pengguna tidak memberi kesan kepada mereka. Manakala mereka yang telah berkahwin didapati lebih komited dengan aktiviti yang dijalankan oleh persatuan pengguna tetapi tidak pasti dari segi manfaat yang diterima dan merasakan persatuan

pengguna tidak memberikan kesan kepada mereka.

Selain daripada itu kajian ini juga mendapati responden berusia 20 tahun ke atas adalah lebih berpandangan luas dalam melihat masalah utama yang dihadapi oleh persatuan pengguna yang dikaitkan dengan kekurangan sokongan. Kajian ini juga menunjukkan responden yang menerima pendidikan tinggi dan pertengahan mengharapkan peranan yang lebih aktif dan komited daripada persatuan pengguna dalam menangani isu-isu kepenggunaan.

Keadaan semakin berubah, perkembangan ekonomi yang semakin pesat dan berteknologi tinggi menjadikan dunia perniagaan semakin kompleks dan mencabar. Persaingan sengit di kalangan pengeluar sering menyebabkan pengguna terpedaya dengan strategi pemasaran yang mengelirukan dan maklumat yang tidak lengkap. Tidak dinafikan pendidikan menjadikan pengguna lebih bijak dan matang membuat keputusan sebagai pengguna. Semakin tinggi taraf pendidikan yang diterima, kecenderungan berlaku penganiayaan dan penindasan ke atas pengguna semakin kurang. Oleh itu, persatuan pengguna perlulah lebih cergas di kawasan-kawasan desa dan pedalaman kerana dipercayai perbuatan pemerasan dan penipuan pengguna lebih banyak berlaku di kawasan tersebut. Malangnya, sehingga kini persatuan pengguna lebih tertumpu di kawasan pusat bandar.

Akhir sekali, walaupun persatuan pengguna bukanlah sebuah badan kerajaan tetapi pihak kerajaan terutamanya Kementerian

Perdagangan dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna perlulah memberikan sokongan dan komitmen yang tinggi dari segala sudut bagi menjayakan matlamat dan wawasan persatuan pengguna. Pengguna yang sihat dan bijak dapat melahirkan negara yang sihat dan maju. Persatuan pengguna adalah saluran yang dapat digunakan untuk mendidik pengguna bagaimana menjadi pengguna yang berhemat dan bijak.

## Bibliografi

- Barksdale, Hiram C., William D. Perreault, Johan Arndt, J.A. Barnhill, Warren A. French, Micheal Halliday, dan Jehiel Zif (1982), "A Cross-National Survey of Consumer Attitudes Towards Marketing Practices, Consumerism and Government Regulation", *Colombia Journal of World Business*, 36 (Oktober), 28-35.
- Hasmah Mohd. Jaiz (1995), "Persatuan Pengguna: Satu Tinjauan dari Perspektif Islam", *Latihan Ilmiah*, Akademi Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Hew Siew Ling, Karen (1998), "Consumer Complaint Behaviour of Proton Car Buyers: An Ethnic Comparison", *Latihan Ilmiah*, B.Econs., Fakulti Ekonomi & Pentadbiran, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Kangun, Norman, Keith K. Cox, James Higginbotham, dan John Burton (1975), "Consumerism and Marketing Management", *Journal of Marketing*, 39 (April), 3-10.