

## PEMBENTUKAN INDEKS PENDAYAUPAYAAN PENGGUNA MALAYSIA

Laily Paim, Syuhaily Osman dan Sharifah Azizah Haron

### Abstrak

Dalam usaha meningkatkan kesejahteraan pengguna Malaysia, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) berpandangan bahawa satu indeks perlu dibangunkan sebagai penanda aras tahap pendayaupayaan pengguna. Indeks ini bukan sahaja dapat digunakan untuk menentukan trend dan tahap pendayaupayaan pengguna, bahkan dapat mengenal pasti kumpulan sasar dan komponen serta indikator pendayaupayaan yang perlu diberikan perhatian atau ditingkatkan. Justeru, Indeks Pendayaupayaan Pengguna Malaysia (IPPM) diperlukan dalam penggubalan polisi yang berteraskan bukti dan dalam pelaksanaan program ke arah meningkatkan kesejahteraan pengguna di pasaran dengan lebih berkesan. IPPM wajar dijadikan kayu ukur untuk memantau pelbagai kesan pembangunan, perkembangan teknologi dan sebagainya ke atas rakyat negara ini. Oleh itu, artikel ini membincangkan tentang proses pembentukan IPPM yang melibatkan beberapa peringkat pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif. Peringkat yang dilalui melibatkan analisis meta, perbincangan kumpulan berfokus dan teknik kumpulan nominal, kajian pra, kajian rintis, dan kajian pasca. Data kuantitatif telah dianalisis menggunakan analisis faktor bagi mengekstrak domain dan indikator, serta diuji kebolehpercayaan dengan menggunakan pekali Cronbach alpha.

**Kata kunci:** Indeks; Kesahan; Kebolehpercayaan; Domain dan indikator; Pendayaupayaan pengguna.

### Abstract

In an effort to enhance the well-being of Malaysian consumers, the Ministry of Domestic Trade, Co-operatives and Consumerism (KPDNKK) is of the opinion that an index should be developed as a benchmark for consumer empowerment level benchmarking. This index not only can be used to determine the trend and level of consumer empowerment, but even can also identify target groups and components as well as indicators of empowerment that need to be addressed or enhanced. Hence, Malaysian Consumer Empowerment Index (MCEI) is needed in the formulation of evidence-based policies and in the implementation of programs to improve the well-being of consumers in the market more effectively. MCEI should be used as a measure to monitor the various impact of development, technological development etc. on the people of this country. Therefore, this article discusses the process of MCEI formation involving multiple qualitative and quantitative data collection stages. The stages involved include meta analysis, focus group discussion and nominal group technique, pre-study, pilot study, and post-test studies. Quantitative data was analyzed using factor analysis to extract domain and indicators and tested the reliability using Cronbach alpha coefficient.

**Keywords:** Index; Validity; Reliability; Domains and indicators; Consumer empowerment

### Pengenalan

Matlamat akhir pembangunan adalah untuk meningkatkan kualiti dan kesejahteraan rakyat selaras dengan moto "Rakyat Diutamakan". Justeru, dalam usaha Malaysia mencapai status negara berpendapatan tinggi dan negara maju, kesan ke atas kesejahteraan rakyat wajar diambil berat untuk memastikan matlamat asas pembangunan dapat dicapai. Globalisasi, kemajuan teknologi yang pesat, perubahan

sosiobudaya dan perundangan bukan sahaja mengubah struktur pasaran, malahan pengguna ditawarkan dengan pelbagai barangan dan perkhidmatan. Situasi ini akan menjadi cabaran kepada pengguna, yang seterusnya boleh menjejaskan kesejahteraan mereka sekiranya mereka tidak meningkatkan kesedaran, pengetahuan dan kemahiran kepenggunaan seiring dengan perkembangan pasaran. Meningkatkan elemen kognitif semata-mata belum menjamin kesejahteraan pengguna sehinggalah pengguna mampu melaksanakan tanggungjawab mereka. Pada masa yang sama, pihak lain seperti pertubuhan bukan kerajaan (NGO) dan kerajaan juga akan berhadapan dengan cabaran dalam menyediakan persekitaran yang menyokong pendayaupayaan pengguna.

Negara maju seperti United Kingdom telah menjadikan matlamat mendayaupayakan pengguna sebagai landasan mencapai pasaran yang adil. Ini kerana, kebanyakan negara maju seperti Australia telah membuat anjakan paradigma dalam konteks fungsi dan peranan pengguna dalam pembangunan negara, iaitu pengguna bukan lagi dilihat sebagai penerima faedah kemajuan ekonomi yang pasif, tetapi pengguna menjadi teras kepada pembangunan ekonomi negara.

Malaysia mempunyai penduduk sebanyak lebih kurang 32.1 juta orang yang terdiri daripada pelbagai kategori umur. Secara kasarnya, berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia (2017), penduduk (pengguna) Malaysia terdiri daripada kumpulan *milenium* yang berumur antara 18-33 tahun (29%), generasi X yang berumur antara 34-45 tahun (13%), *boomers* muda (*young boomers*) yang berumur antara 46-55 tahun (10%), *boomers* yang lebih berumur (*older boomers*) berumur antara 56-64 tahun (7%), generasi senyap (*silent generation*) yang berumur antara 65-73 tahun (4%), dan seleksi generasi pertama (*G.I generation*) yang berumur 74 tahun ke atas (2%). Kajian lalu menunjukkan bahawa pengguna bagi generasi yang berbeza mempunyai ciri yang berbeza-beza yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi pola penggunaan mereka (Williams & Page, 2011).

Menurut Perdana Menteri Malaysia, Dato' Seri Najib Tun Razak, Malaysia sedang menuju ke arah mencapai status negara berpendapatan tinggi (blog najibrzak.com). Untuk berada dalam negara berpendapatan tinggi (yang merangkumi kualiti kesejahteraan kehidupan rakyat), pengguna perlu menyiapkan diri dari segi kognitif, afektif dan tindakan dalam menghadapi cabaran ekonomi dan pasaran yang semakin rumit. Persiapan perlu dimulai dengan membuat perubahan fundamental dalam cara berfikir, pegangan nilai, tingkah laku etika, moral dan mengukuhkan pegangan agama. Antara peralihan paradigma yang disarankan oleh McGregor (2008) ialah anjakan daripada penggunaan pakai-buang untuk keselesaan hidup kepada penggunaan yang berlandaskan kesedaran; daripada menganggap "banyak" sebagai "lebih baik" kepada penggunaan yang optimum/seredhana; daripada mementingkan diri sendiri kepada mementingkan orang lain juga; daripada perniagaan untuk pengguna kepada perniagaan oleh pengguna; daripada fokus terhadap ekonomi pengguna kepada fokus terhadap kesejahteraan pengguna; dan daripada pengguna sebagai penerima output pembangunan kepada pengguna sebagai pemacu pertumbuhan ekonomi. Semua perubahan ini perlu dilaksanakan dengan pengguna melaksanakan tanggungjawabnya.

### Isu dan Cabaran

Terdapat pelbagai isu dan cabaran yang dihadapi oleh pengguna di Malaysia. Antaranya ialah banjir/lambakan produk dalam pasaran, peningkatan harga barangan asas, penggunaan yang keterlaluan dan sebagainya. Kemajuan negara yang sudah tentu diiringi dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi menjadikan teknologi bukan hanya memberikan kemudahan dan keselesaan kepada pengguna, tetapi turut diiringi dengan kos tersembunyi kepada individu, masyarakat dan alam sekitar. Hal ini kerana keselesaan dan kecanggihan produk pengguna sering menyumbang kepada kemerosotan dan pengurangan sumber alam semula jadi (Zuroni *et al.*, 2016) dan peningkatan dan kepelbagaian bahan buangan sebagai hasil (output) daripada penggunaan.

Zaman ini juga menyaksikan banyak barangan mewah yang bertukar menjadi barangan perlu (contoh: telefon bimbit/telefon pintar). Umumnya, pengguna menggunakan pelbagai barangan dan sanggup berbelanja untuk membolehkan mereka rasa berkuasa untuk mengawal persekitaran mereka dan mampu untuk beradaptasi dengan perubahan penggunaan semasa (Rucker & Galinski, 2008). Oleh itu, inovasi dan penciptaan produk baharu akan sentiasa membanjiri pasaran. Selain itu, peningkatan harga bagi barangan asas seperti rumah akan mengurangkan akses dan kemampuan pengguna untuk memenuhi keperluan asas tersebut. Dua keperluan paling asas yang dicadangkan oleh Hierarki Maslow ialah keperluan fisiologi dan keperluan keselamatan. Kegagalan memenuhi keperluan asas ini akan menjejaskan kesejahteraan pengguna.

Selain penggunaan untuk memenuhi keperluan, tujuan penggunaan juga cenderung ke arah mempamerkan status. Dalam hal ini pengguna perlu mempunyai kemahiran tertentu, seperti kemahiran membuat keputusan pembelian dan kemahiran menguruskan kewangan. Misalnya, jika pengguna tidak mempunyai kemahiran menguruskan kewangan, iaitu mereka tidak mempunyai matlamat dan perancangan kewangan yang jelas, maka mereka akan mudah dimanipulasi dan dipengaruhi oleh iklan, agen pemasaran kewangan dan pemasar lain, dan mereka juga cenderung menjadi mangsa penipuan. Pada masa yang sama, produk kewangan juga semakin rumit dengan pelbagai jenis akaun simpanan, pakej insurans, pelaburan, hartanah, dan kredit, di samping terdapat pelbagai institusi kewangan untuk mereka berurusan, yang dilihat turut menyukarkan untuk membuat keputusan pembelian atau penggunaan yang terbaik.

Oleh itu, dalam keghairahan memartabatkan pengguna Malaysia setanding dengan pengguna di negara maju, senario semasa yang menjawab persoalan status pengguna Malaysia hari ini perlu terlebih dahulu ditentukan, iaitu adakah pengguna Malaysia tergolong dalam era/gelombang penggunaan fasa pertama, yakni era yang memberi tumpuan pada nilai untuk wang, maklumat asas produk dan pelabelan serta pilihan pengguna, atau berada dalam era/gelombang kedua, iaitu menumpukan pada keselamatan produk dan kebertanggungjawaban korporat, atau berada dalam era/gelombang ketiga yang menumpukan pada persekitaran dan kewarganegaraan di mana isu kebajikan haiwan; alam sekitar; hak asasi manusia dan perdagangan adil menjadi matlamat; atau pengguna Malaysia berada dalam era/gelombang keempat yang menumpukan pada penggunaan lestari, di mana pengguna faham dan menguruskan permintaan mereka supaya matlamat sosial, ekonomi dan alam sekitar

tercapai (Lang & Hines, 1993). Dalam hal ini, satu bentuk pengukuran yang jelas menggunakan indeks yang dibangunkan secara sistematik dan saintifik adalah perlu dalam usaha untuk mengenal pasti keadaan semasa pengguna Malaysia. Oleh itu, perbincangan selanjutnya akan memfokuskan pada pembangunan indeks yang relevan dalam konteks yang dibincangkan ini, iaitu Indek Pendayaupayaan Pengguna Malaysia.

## **Pembangunan Indeks Pendayaupayaan Pengguna Malaysia (IPPM)**

### **Apakah itu indeks dan keperluan membangunkan IPPM?**

Indeks ialah satu alat atau instrumen yang ringkas dan komposit dari segi statistik yang digunakan untuk menyusun atur sesuatu dan boleh digunakan secara berulang-ulang. Ciri indeks yang paling penting ialah ia boleh digunakan untuk membuat keputusan yang tepat (*Wikipedia*). Dengan kata lain, indeks ialah satu indikator pada sesuatu skala yang dirujuk untuk menunjukkan nilai kuantiti sesuatu yang mengarah kepada suatu fakta atau kesimpulan (<http://www.merriam-webster.com/dictionary/index>). Ada kalanya indeks disamakan dengan senarai item (atau aktiviti) yang perlu ada untuk menentukan sesuatu tahap. Sebagai contoh, pengguna yang sejahtera akan memiliki item (aktiviti) tertentu yang tidak dimiliki oleh pengguna yang tidak sejahtera.

Dalam usaha meningkatkan kesejahteraan pengguna Malaysia, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) berpandangan bahawa satu indeks perlu dibangunkan sebagai penanda aras tahap pendayaupayaan pengguna. Indeks ini bukan sahaja dapat digunakan untuk menentukan trend dan tahap pendayaupayaan pengguna, bahkan dapat mengenal pasti kumpulan sasaran dan domain serta indikator pendayaupayaan yang perlu diberikan perhatian/ditingkatkan. Justeru, IPPM diperlukan dalam penggubalan polisi yang berteraskan bukti dan dalam pelaksanaan program ke arah meningkatkan kesejahteraan pengguna di pasaran dengan lebih berkesan. IPPM wajar dijadikan kayu ukur untuk memantau kesan pembangunan ke atas rakyat negara ini.

KPDNKK telah mengenal pasti kepentingan untuk membangunkan IPPM. Kementerian ini telah menjalankan pelbagai usaha dan program untuk meningkatkan kesejahteraan pengguna sejak penubuhannya. Kesejahteraan pengguna hanya akan dicapai apabila pengguna berdaya upaya. Oleh itu, telah sampai masanya untuk kementerian ini mengukur keberkesanan usaha yang mereka jalankan dengan mengukur tahap pendayaupayaan pengguna.

IPPM dapat memberi gambaran (berteraskan bukti) tentang keberkesanan program kepenggunaan oleh kerajaan dan NGO. Walau bagaimanapun, IPPM perlu dianggap sebagai pelengkap kepada pengukuran sedia ada. Indeks juga dapat digunakan untuk mengukur trend dan tahap pendayaupayaan secara berkala dan dapat memberikan maklumat tentang bidang pendayaupayaan pengguna yang perlu diberi perhatian dalam mengenal pasti program yang sesuai.

### **Konsep Pendayaupayaan Pengguna**

Sesetengah kajian lepas (contoh: Roger *et al.*, 1997) secara khusus menggunakan perkataan "pendayaupayaan pengguna" bagi merujuk kepada pendayaupayaan

kumpulan sasarannya. Terdapat pelbagai tafsiran konsep “pengguna” berdasarkan perspektif disiplin masing-masing. Contohnya, dalam bidang kesihatan, “pengguna” merujuk kepada pesakit atau penerima perkhidmatan kesihatan secara khusus. Sebaliknya, disiplin pemasaran/pengurusan menggunakan istilah “pengguna” untuk merujuk kepada peranan individu sebagai pengguna dalam pasaran – iaitu pembeli, pemakai (*user*), yang melangkaui peranannya sebagai pengguna perkhidmatan psikiatri (pesakit). Bidang Ekonomi Pengguna pula mendefinisikan pengguna sebagai “Individu yang membeli (atau yang diberi kepadanya), mengguna, menyelenggara, dan melupuskan produk dan perkhidmatan dalam bentuk akhir (*final form*), dalam usaha mereka mencapai tahap kepuasan yang maksimum dengan pendapatan yang terhad” (Miller dan Stafford, 2001).

Bagi tujuan pembentukan IPPM, definisi pengguna yang relevan adalah yang diketengahkan oleh disiplin pemasaran dan ekonomi pengguna. Menurut Michela dan Luca (t.th.), bidang-bidang ini mengaitkan konsep pendayaupayaan dengan peranan strategik pengguna berbanding dengan pengeluar dan sumber-sumber yang mendayaupayakan pengguna seperti maklumat. Justeru, menurut Michela dan Luca (t.th.), definisi pendayaupayaan pengguna perlu memasukkan aspek berikut: kemahiran, keupayaan (kompeten), hak, maklumat dan penglibatan pengguna.

*EU Consumer Policy Strategy 2007-2013* memfokuskan pada pembentukan persekitaran yang mendayaupayakan pengguna. Maka, konsep pendayaupayaan pengguna ditafsirkan dengan menggariskan keperluan yang berikut: (1) pengguna sedar akan keputusan mereka semasa membeli (contoh: label dsb.); (2) pengguna mendapat maklumat mengenai hak-hak mereka; dan (3) pengguna mempunyai akses kepada advokasi dan mekanisme tebus rugi. Atas dasar ini, pihak berwajib di Kesatuan Eropah ini disarankan untuk mengenal pasti keadaan pasaran yang menghalang kewujudan masyarakat pengguna yang berdaya upaya.

Berdasarkan ciri-ciri yang disebutkan secara langsung dan tidak langsung dalam pelbagai literatur ini, pendayaupayaan pengguna dalam konteks kajian ini didefinisikan sebagai:

“Pengguna yang cekap mengelak/melindungi diri dan menyelesaikan masalah dalam pasaran dengan mengambil tindakan sesuai dan diteguhkan dengan ciri psikologi yang betul.”

Secara umumnya, seseorang pengguna itu berdaya upaya apabila mempunyai tahap tertentu dalam aspek kognitif, afektif dan daya bertindak. Dari segi kognitif, pengguna perlu mempunyai pengetahuan dan kemahiran berkaitan hak dan tanggungjawab mereka sebagai pengguna dan pengetahuan dan kemahiran berkaitan. Pengguna berdaya upaya juga perlu mempunyai domain afektif yang merangkumi ketegasan, keyakinan diri dan kesediaan untuk berubah. Ciri ini akan membentuk tingkah laku pengguna yang baik supaya mereka tidak mudah diperdaya oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Pengguna tidak berdaya upaya selagi mereka tidak mengambil tindakan melindungi diri mereka atau menyelesaikan masalah yang mereka hadapi dengan cekap dan berkesan. Oleh itu, tindakan (mengambil tindakan) juga ialah domain penting bagi pendayaupayaan pengguna.

Seseorang pengguna itu adalah berdaya upaya apabila ketiga-tiga domain tersebut dimiliki. Manakala pengguna yang memiliki hanya satu domain atau kombinasi mana-mana dua domain akan melahirkan pengguna yang boleh dilabelkan sebagai pengguna keliru, pasif, tindakan dipandu emosi, tindakan dipandu pengetahuan dan berdaya upaya.

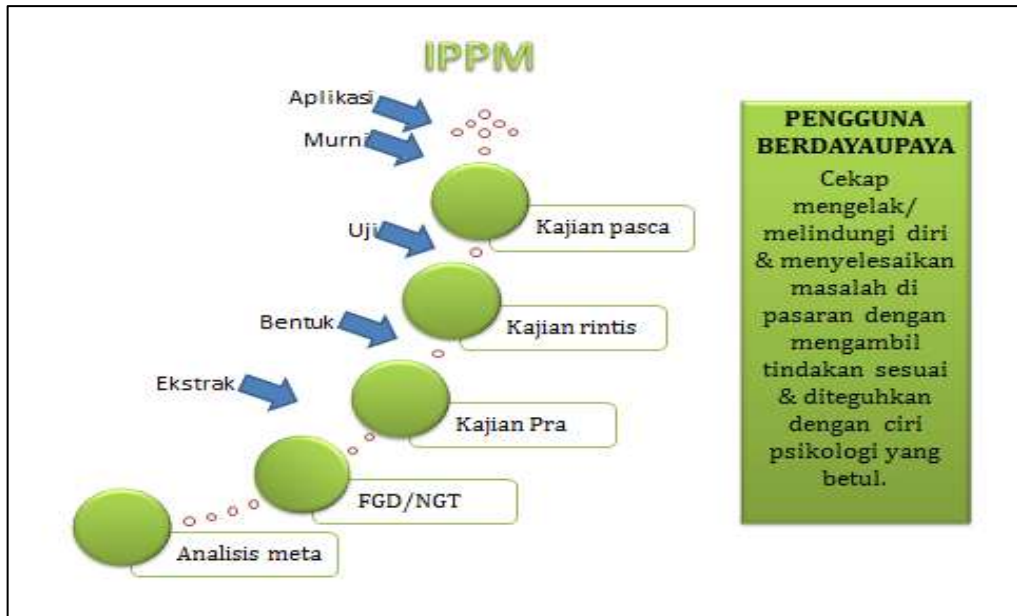
Dalam kajian ini, definisi pendayaupayaan yang diguna pakai ialah “Pengguna berdaya upaya merupakan pengguna yang cekap mengelak/melindungi diri dan menyelesaikan masalah dalam pasaran dengan mengambil tindakan sesuai dan diteguhkan dengan ciri psikologi yang betul/sesuai”.

Namun begitu, pengguna tidak wujud secara terasing daripada persekitaran yang boleh membantu mereka berfungsi sebagai pengguna yang berdaya upaya. Persekitaran membolehkan atau menyokong (*enabling environment*) melibatkan beberapa pihak, antaranya termasuklah kerajaan, peniaga, dan NGO. Kerajaan membantu pengguna melalui penggabalan dan penguatkuasaan undang-undang dan peraturan, selain menyediakan kemudahan kepada pengguna. Pihak peniaga bertanggungjawab mengeluarkan barangan dan perkhidmatan yang berkualiti kepada pengguna dan melaksanakan kawal selia sendiri. Pihak NGO juga mempunyai peranan penting dalam membantu pengguna mencapai tahap pendayaupayaan yang tinggi. Walau bagaimanapun, penilaian elemen persekitaran membolehkan/menyokong adalah di luar skop pembangunan indeks ini.

### **Proses Pembangunan IPPM**

Dalam membentuk IPPM, pengkaji menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder dikumpulkan menggunakan kaedah analisis meta, iaitu dengan merujuk penyelidikan terdahulu yang telah dijalankan. Manakala data primer dikumpulkan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dikumpulkan melalui kaedah Perbincangan Kumpulan Berfokus (FGD) dan Teknik Kumpulan Nominal (NGT). Analisis meta, FGD dan NGT bertujuan untuk mengekstrak/mengenal pasti domain, indikator dan wajaran. Manakala data kuantitatif pula dikumpulkan melalui kajian lapangan (pra) bagi tujuan verifikasi domain dan indikator.

Pembentukan IPPM melalui proses saintifik dan sistematik sebagaimana yang dicadangkan oleh kajian lepas (contoh: Kenny, 2010). Proses yang terlibat ialah seperti dalam Rajah 1.



Rajah 1: Proses pembentukan IPPM.

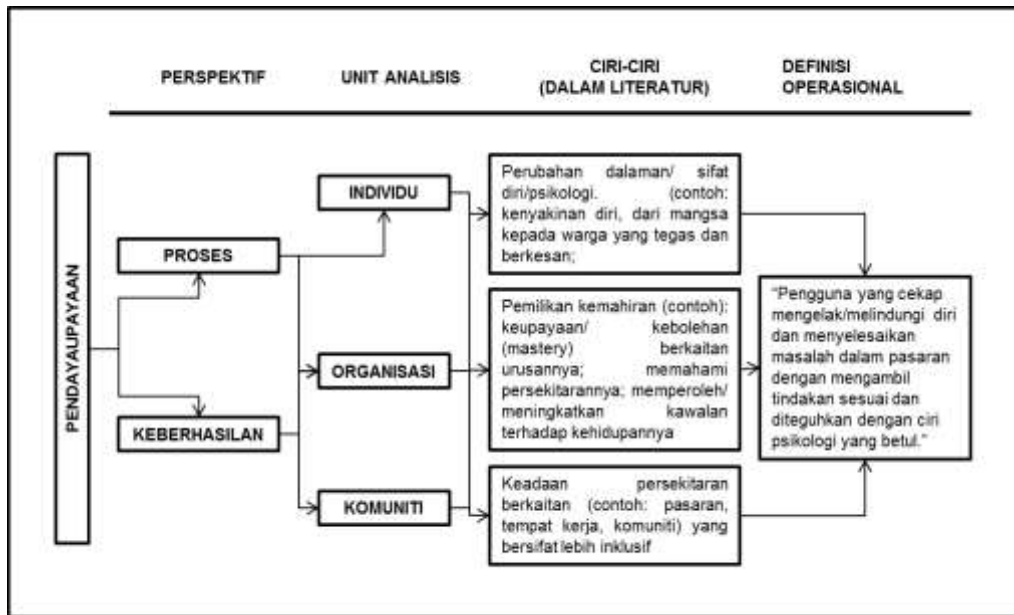
## 1. Analisis Meta

Analisis meta merupakan kaedah membanding dan menggabungkan dapatan pelbagai kajian dengan tujuan dapat mengenal pasti pola atau tema tertentu dalam konteks interpretasi konsep, punca perbezaan/persamaan, hubungan dan sebagainya (Walker *et al.*, 2008). Dalam erti kata lain, analisis meta merumuskan dapatan pelbagai kajian yang telah dilakukan. Kaedah ini terbahagi kepada dua kategori, iaitu: (1) Kaedah penggabungan (*integrative*) yang menumpu pada merumuskan data dan biasanya bersifat kuantitatif – contoh: mengkaji peratusan penggunaan konsep-konsep tertentu; (2) Kaedah tafsiran (*interpretive*) yang menumpukan pada pembentukan dan tafsiran baharu bagi sesuatu konsep daripada analisis yang telah dilaksanakan dalam pelbagai bidang (Weed, 2005). Kajian tafsiran boleh dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Di sini, tidak ada konsep khusus (*priori*) untuk diuji, sebaliknya tafsiran baharu bagi sesuatu konsep berkaitan terhasil.

Bagi tujuan pembentukan IPPM, pendekatan tafsiran analisis meta digunakan untuk memahami konsep, skop dan ukuran pendayaupayaan. Seterusnya, pendekatan ini digunakan untuk mengekstrak tema-tema berkaitan konsep pendayaupayaan (khususnya, pendayaupayaan pengguna) yang digunakan oleh pelbagai bidang seperti psikologi, kesihatan mental dan sebagainya. Kesimpulan daripada analisis ini digunakan untuk membentuk definisi operasional pendayaupayaan pengguna, memilih pemboleh ubah (domain dan indikator) IPPM, dan menjustifikasikan pilihan pemboleh ubah berkenaan.

Rajah 2 menunjukkan definisi konsep pendayaupayaan yang telah diperolehi antara tempoh 1980-an hingga terkini. Ringkasnya, kajian lepas (contoh: Rha *et al.*,

2001; Wathieu *et al.*, 2002; McGregor, 2005) menginterpretasikan pendayaupayaan dalam konteks perubahan individu (psikologi dan kemahiran) yang bersifat mikro dan/atau penyediaan persekitaran di mana individu tersebut berada (contoh: pasaran, tempat kerja/organisasi, komuniti) untuk lebih mendukung pendayaupayaan pada peringkat mikro.



Rajah 2: Proses membentuk definisi operasional pengguna berdaya upaya bagi projek IPPM berdasarkan analisis meta.

Pendayaupayaan juga umumnya melibatkan perubahan (positif) yang berlaku secara psikologi atau melibatkan perubahan persepsi (contoh: rasa lebih mampu mengawal tanpa benar-benar dapat mengawal sesuatu) dan/atau perubahan sebenar (*actual*) (contoh: kemahiran benar-benar meningkat) (McGregor, 2005).

Menurut McGregor (2005), pendayaupayaan tidak boleh diberi kepada seseorang. Sebaliknya, ia perlu datang dari diri individu itu sendiri. Hal ini kerana, proses pendayaupayaan (contoh: melalui pendidikan pengguna) hanya memberikan keupayaan kepada seseorang individu untuk berbuat sesuatu. Namun, sama ada individu tersebut berkeyakinan untuk berbuat sesuatu atau benar-benar melakukan sesuatu (dengan keupayaan tersebut) merupakan keputusan peribadi individu tersebut. Ringkasnya, memberi seseorang maklumat atau menyediakan persekitaran yang membolehkan atau menyokong (*enabling environment*) seperti kewujudan undang-undang hanya membentuk keupayaan dan memudahkan usaha seseorang untuk berbuat sesuatu, tetapi tidak menjadikannya berdaya upaya. Untuk menjadi berdaya upaya, individu tersebut perlu mencari kuasa dalamannya (*inner-power*)



(McGregor, 2005), seterusnya mendorong individu tersebut untuk bertindak atau melakukan sesuatu yang baik untuk dirinya.

## **2. Perbincangan Kumpulan Berfokus (FGD)/Nominal Group Technique (NGT)**

Selain menjalankan analisis meta, penyelidik juga mengumpulkan data secara kualitatif. Sebanyak 14 sesi FGD yang terdiri daripada dua FGD kumpulan pakar (akademik dan NGO) dan 12 FGD kumpulan pengguna (bandar dan luar bandar) dijalankan. FGD dijalankan dalam kalangan pengguna di negeri-negeri Pahang, Negeri Sembilan, Selangor, Perlis, Sabah dan Sarawak. Negeri ini dipilih bagi mewakili Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak. Negeri di Semenanjung Malaysia dipilih secara rawak daripada empat zon (utara, timur, tengah dan selatan). Walau bagaimanapun, Negeri Pahang telah digantikan dengan Negeri Pulau Pinang kerana kesukaran mendapatkan kerjasama daripada pihak yang dihubungi. Ibu negeri bagi setiap negeri dipilih untuk mewakili pengguna bandar dan satu daerah luar bandar dipilih untuk mewakili pengguna luar bandar.

Pengumpulan data kualitatif melalui FGD ini dijalankan bagi tujuan mendapatkan input daripada kumpulan pakar (akademik dan NGO) dan kumpulan pengguna (bandar dan luar bandar) tentang domain dan indikator yang penting dalam mendayaupayakan pengguna. Domain dan indikator yang diekstrak itu dijadikan asas dalam membina instrumen kajian lapangan prapembentukan IPPM.

Kumpulan FGD dibentuk dengan kerjasama pihak berkepentingan seperti penghulu, ketua kampung, ahli majlis dan seumpamanya dalam mengenal pasti peserta FGD. Antara perkara yang diambil kira dalam memilih peserta termasuklah lokasi (bandar dan luar bandar), etnik (Melayu, Cina dan India), umur, dan peserta mestilah boleh menyuarakan pandangan. FGD dijalankan dalam kumpulan yang terdiri daripada 10 hingga 12 orang dan dimudah cara oleh penyelidik.

Soalan FGD digubal berdasarkan objektif kajian dan berbentuk soalan terbuka. Soalan merangkumi perubahan yang berlaku dalam pasaran, masalah yang mereka hadapi, dan cara menyelesaikan masalah di pasaran. Soalan ini membantu penyelidik mengenal pasti domain dan indikator yang relevan untuk mengukur pendayaupayaan pengguna.

Prosedur mengendalikan FGD dimulai dengan memperkenalkan penyelidik dan menerangkan tujuan dan prosedur/perjalanan FGD. Peserta juga diminta untuk memperkenalkan diri secara ringkas. Elemen penting pada peringkat pengenalan ini ialah mengucapkan terima kasih dan menyediakan suasana yang selesa bagi peserta menyuarakan pandangan mereka. Peserta juga dimaklumkan tentang kebebasan mereka melahirkan pandangan dan setiap seorang akan diberi peluang dan masa untuk bercakap. Pemudah cara diberikan sesalinan Garis Panduan Moderator Untuk FGD sebagai panduan. Perbincangan direkodkan menggunakan perakam suara dan pada masa yang sama catatan juga dibuat berdasarkan templat yang disediakan. Perbincangan yang direkodkan kemudiannya ditranskrip secara kata demi kata (*verbatim*) dan dianalisis.

Pada akhir FGD, teknik pengumpulan data NGT pula dijalankan dengan peserta yang sama. NGT dijalankan bertujuan untuk mengenal pasti ciri pengguna berdaya upaya, domain, sub-domain dan wajaran. Domain merangkumi aspek kognitif (contoh: ilmu, kemahiran, arif, peka), afektif (contoh: nilai, sikap, beretika) dan

tindakan (contoh: kawalan, beli ikut keperluan, membanding, berjimat, berkongsi pengalaman)

Proses mendapatkan wajaran (pemberat) – setelah setiap domain dikenal pasti, peserta diminta untuk menuliskan setiap domain yang telah dipersetujui dan memberikan urutan kepentingan mengikut pandangan masing-masing di atas borang yang disediakan. Setelah itu, penyelidik akan mengumpulkan kesemua respons peserta dan mengira wajaran bagi mewakili hasil output bagi setiap kumpulan.

### **3. Kajian Lapangan (Pra, Rintis dan Pasca)**

Selain mengenal pasti domain, indikator dan wajaran secara kualitatif, kajian lapangan yang mengumpulkan data kuantitatif juga dijalankan. Dua pendekatan yang berbeza ini digunakan memandangkan kajian seumpama ini belum pernah dijalankan, maka pengkaji perlu menggunakan pelbagai pendekatan bagi mempertingkatkan kesahihan domain, indikator dan wajaran yang akan dicadangkan untuk membina IPPM. Kajian ini mengambil kira pendekatan pengumpulan data yang berbeza dan responden yang berbeza dengan mengambil kira umur, strata, dan etnik.

Terdapat tiga kajian lapangan yang telah dilakukan, iaitu kajian lapangan pra, kajian rintis dan kajian lapangan pasca. Setiap satu kajian lapangan ini dilakukan mengikut fasa yang berbeza dengan tujuan masing-masing. Secara umumnya, kajian lapangan pra merujuk kepada kajian sebelum pembentukan IPPM (kuantitatif). Ia bertujuan untuk mengesahkan domain, indikator dan wajaran ukuran pendayaupayaan pengguna. Secara khususnya, kajian ini bertujuan untuk mengesahkan domain dan indikator kognitif, psikologi/personaliti pengguna dan tindakan yang perlu diambil oleh pengguna apabila berhadapan dengan masalah di pasaran. Sebanyak lebih kurang 2000 orang responden (pengguna) di Lembah Klang telah dikenal pasti menggunakan teknik persampelan mudah. Pengumpulan data dijalankan di pelbagai lokasi supaya responden mewakili pengguna daripada latar belakang yang berbeza. Dengan kata lain, pengumpulan data melibatkan semua peringkat pengguna. Antara kawasan kutipan data termasuklah kampung, taman perumahan, pusat membeli-belah, pejabat, sekolah/kolej/universiti dan lain-lain. Data dikumpulkan menggunakan borang soal selidik yang dibina berasaskan analisis meta, data daripada FGD dan NGT.

Hasil kajian lapangan pra didapati selari dengan hasil dua kaedah kualitatif sebelumnya, sekali gus mengesahkan kesemua domain dan indikator yang telah diperolehi. Hasil kajian lapangan pra ini telah membolehkan penyelidik membentuk indeks IPPM. Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen untuk pengumpulan data. Instrumen dibina dengan merujuk kepada instrumen sedia ada yang disesuaikan dengan tujuan kutipan data. Pada masa yang sama, soalan-soalan baharu juga dibina untuk mencapai objektif kajian, berdasarkan hasil analisis meta, FGD dan NGT. Instrumen untuk kajian lapangan prapembentukan IPPM mengandungi tujuh bahagian iaitu A) Latar Belakang Responden, B) Persepsi Terhadap Perubahan Pasaran, C) Pengalaman di Pasaran, D) Komponen dan Indikator Pengguna Bijak, E) Ciri-ciri Psikologi/Personaliti, F) Tindakan Pengguna, dan G) Penglibatan Pengguna. Manakala maklumat latar belakang responden yang ditanya termasuklah jantina, umur, status perkahwinan, etnik, latar belakang pendidikan, latar belakang pekerjaan, sektor pekerjaan, dan pendapatan.

Seterusnya kajian rintis dilaksanakan bagi menguji IPPM yang telah dibentuk. Secara umumnya, kajian rintis ini dijalankan bagi meningkatkan kesahihan dan kebolehpercayaan domain dan indikator yang telah dikenal pasti melalui FGD, NGT dan kajian lapangan prapembentukan IPPM. Instrumen yang digunakan ialah borang soal selidik yang mengandungi enam bahagian iaitu: A. Latar belakang responden, B. Kesedaran/pengetahuan tentang hak dan tanggungjawab pengguna, C. Kemahiran kepenggunaan, D. Tindakan pengguna, E. Afektif (Ciri Psikologi), dan F. Akses kepada program KPDNKK.

Prauji bagi instrumen kajian rintis telah dijalankan ke atas 30 orang responden yang telah dipilih melalui persampelan mudah. Seterusnya penambahbaikan telah dibuat ke atas instrumen tersebut. Selain itu, borang soal selidik tersebut juga telah disemak/diteliti oleh seorang pakar yang dipilih untuk memberikan pandangan, terutamanya pada soalan kemahiran kepenggunaan yang berkaitan dengan undang-undang. Pengumpulan data untuk kajian rintis dijalankan dalam kalangan 543 orang responden yang dikumpulkan di Selangor, iaitu sebanyak 440 orang (81.0%), Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur sebanyak 60 orang (11.0%), dan Wilayah Persekutuan Putrajaya sebanyak 43 orang (7.9%). Manakala responden mengikut kumpulan etnik pula merangkumi responden Melayu sebanyak 384 orang (70.7%), Cina 66 orang (12.2%), India 77 orang (14.2%) dan Bumiputera 16 orang (2.9%). Pengumpulan data telah dijalankan di pelbagai kawasan, merangkumi kawasan/dalam rumah, kedai/pasar raya/ restoran, sekolah/ kolej/ universiti, program/ karnival/ pesta, dan pejabat.

Hasil kajian rintis ini membuktikan bahawa IPPM boleh diaplikasi sebagaimana seadanya. Walau bagaimanapun, bagi memastikan keberkesanan pengukuran oleh indeks ini, proses selepas kajian rintis ini ialah memurnikan IPPM. Oleh itu, peringkat terakhir dalam proses pembentukan IPPM ini ialah melaksanakan kajian lapangan pasca. Secara umumnya, kajian lapangan pasca pembentukan IPPM dijalankan bagi mengaplikasikan instrumen IPPM yang telah dimurnikan berdasarkan dapatan kajian rintis. Matlamat kajian lapangan pasca ini juga adalah untuk menghasilkan instrumen akhir yang boleh mengukur tahap pendayaupayaan pengguna Malaysia bagi tahun kajian awal (pembentukan indeks) ini dijalankan, yang boleh dijadikan sebagai tahun asas. Instrumen ini juga kelak boleh digunakan untuk pengukuran tahun-tahun seterusnya sebagai perbandingan dengan tahun asas untuk melihat sejauh mana perubahan berlaku pada pengguna Malaysia.

Instrumen yang digunakan dalam kajian pasca ini ialah borang soal selidik yang mengandungi lima bahagian iaitu, A. Latar belakang responden, B. Kesedaran tentang hak dan tanggungjawab pengguna, C. Kemahiran kepenggunaan, D. Tindakan pengguna, dan E. Afektif (Ciri Psikologi). Data untuk kajian lapangan pasca pembentukan IPPM ini dikumpulkan dalam kalangan 3500 orang responden di seluruh Malaysia yang dipilih melalui persampelan mudah. Data dikumpulkan daripada pengguna yang tinggal di 14 buah negeri di Malaysia dengan bilangan responden yang hampir sama bagi setiap negeri. Pengumpulan data telah dijalankan di pelbagai lokasi, merangkumi kawasan/dalam rumah, kedai/pasar raya/restoran, sekolah/kolej/universiti, program/karnival/ pesta, dan pejabat. Kesemua data yang diperoleh dalam ketiga-tiga kajian lapangan ini dianalisis secara deskriptif dan Analisis Faktor *Exploratory*.

### Ukuran Pendayaupayaan

Bahagian ini akan membincangkan hasil dapatan untuk mengukur dan membentuk IPPM mengikut kaedah kajian yang telah dilaksanakan.

#### Pengukuran (Domain) Berdasarkan Analisis Meta

Kepelbagaian definisi pendayaupayaan menyebabkan wujudnya pelbagai tafsiran, seterusnya pelbagai ukuran pendayaupayaan. Justeru, ukuran konsep pendayaupayaan yang bersifat generik tidak boleh dibentuk. Pengukuran konsep pendayaupayaan umumnya adalah berdasarkan konteks khusus, seperti “pengguna di pasaran” supaya persepsi, kemahiran dan perlakuan yang khusus dan relevan dengan konteks tersebut boleh dibentuk.

Rajah 3 merupakan ringkasan definisi dan kaedah mengukur konsep pendayaupayaan dalam kajian lepas. Ringkasnya, konsep pendayaupayaan diukur dalam pelbagai disiplin dan situasi untuk pelbagai peringkat/unit analisis (pengguna, pesakit, organisasi, komuniti, dsb.) adalah seperti berikut:

1. Sesetengah kajian (contoh: Corrigan *et al.*, 1999; Chiang & Jang, 2008) mengaplikasikan skala pendayaupayaan sedia ada seperti skala pendayaupayaan psikologi (pesakit) oleh Rogers *et al.* (1997) dan pendayaupayaan psikologi (pekerja) oleh Spreitzer (1995). Namun, sebahagiannya (contoh: University of East Anglia, 2009; Nando *et al.*, 2011) membentuk skala khusus yang menepati tujuan kajian mereka. Juga, sesetengah skala dinyatakan/disenaraikan dengan jelas, namun sebahagiannya diekstrak (secara tidak langsung) daripada penjelasan mereka dalam literatur.
2. Pendayaupayaan mungkin diukur secara menyeluruh (contoh: University of East Anglia, 2009) atau hanya mengukur aspek tertentu seperti pendayaupayaan psikologi (contoh: Roger, 1997).
3. Pengukuran pendayaupayaan dibuat pada pelbagai peringkat: mikro iaitu individu (contoh: Zimmerman *et al.*, 1992) dan makro yang di luar daripada persekitaran individu (contoh: Riger, 1993; Salzer, 1997).

Namun, dalam konteks domain dan indikator, dapatlah dirumuskan bahawa umumnya tiga aspek secara konsisten disebutkan dalam mengukur pendayaupayaan pada peringkat mikro (individu):

#### a. Pengetahuan dan Kemahiran

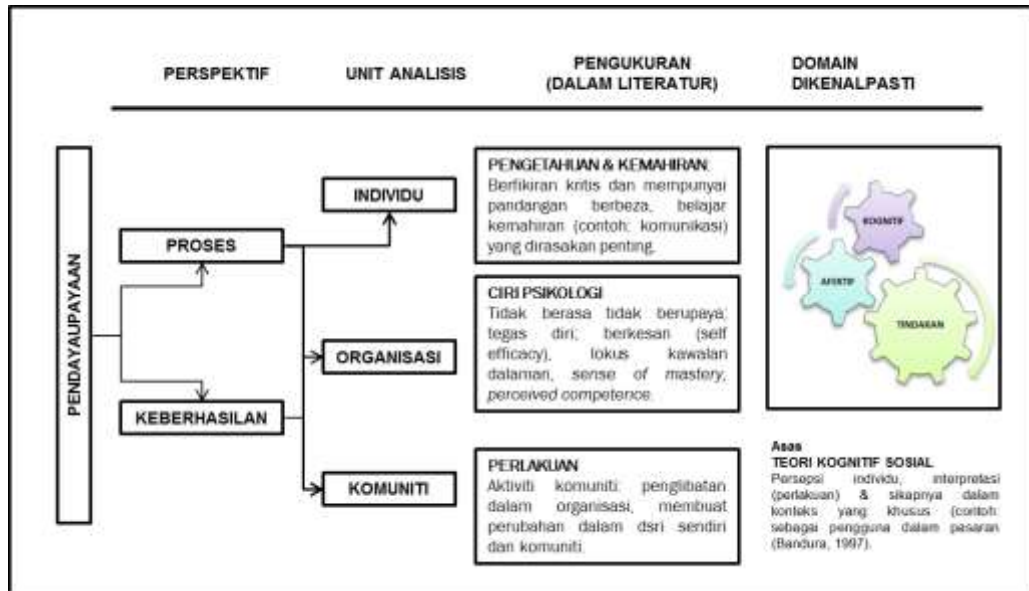
Berfikiran kritis dan mempunyai pandangan berbeza, belajar kemahiran (contoh: komunikasi, dsb.) yang dirasakannya penting.

#### b. Ciri Psikologi

Tidak berasa tidak berupaya; tegas diri; berkesan (*self efficacy*), lokus kawalan dalaman, *sense of mastery, perceived competence*.

**c. Perlakuan**

Penglibatan dalam organisasi dan aktiviti komuniti, membuat perubahan dalam diri sendiri dan komuniti.



Rajah 3: Mengekstrak pengukuran pendayaupayaan pengguna dan membentuk domain A-B-C untuk IPPM.

**Domain Pendayaupayaan Pengguna**

Sebagaimana diterangkan sebelum ini, kajian lepas umumnya menyenaraikan pelbagai ciri pengguna yang berdaya upaya yang boleh dikategorikan kepada tiga domain yang utama, iaitu: (1) Kesedaran/pengetahuan dan kemahiran, (2) Ciri Psikologi dan (3) Perlakuan (Rajah 2). Walau bagaimanapun, bagi tujuan IPPM, selari dengan teori Kognitif Sosial yang menjadi asas konsep pendayaupayaan pengguna dalam kajian ini, komponen ini dipanggil sebagai domain A-B-C, iaitu: (1) Kognitif (*Cognitive*), (2) Afektif (*Affective*) dan (3) Tindakan (*Behavior*). Setiap domain pendayaupayaan ini perlu difahami bukan secara berasingan tetapi sebagai konstruk yang bersifat saling berkait.

**a. Domain Kognitif**

Kognitif berkaitan dengan kesedaran/pengetahuan, kemahiran dan kebolehan yang meningkatkan keupayaan seseorang untuk menjadi lebih efektif (dari segi pembuatan keputusan, pilihan) dalam pasaran. Dalam konteks IPPM, aspek kognitif didefinisikan sebagai kesedaran, pengetahuan, dan kemahiran kepenggunaan yang dapat membantu individu pengguna mengelakkan kemungkinan berlakunya masalah dan/atau menyelesaikannya sekiranya mereka menghadapinya.

### b. Domain Afektif

Afektif merujuk ciri psikologi yang akan mendorong atau menghalang seseorang individu daripada membuat tindakan yang selari dengan keupayaan dan kemahirannya. Menurut McGregor (2005), ini kerana dengan memberikan maklumat (melalui nasihat, pendidikan) hanya membantu individu tersebut untuk berbuat sesuatu, tetapi bukan (secara automatik) mendayaupayakannya. Untuk berdaya upaya, individu tersebut bukan hanya perlu mempunyai maklumat untuk berbuat sesuatu tetapi mempunyai persepsi bahawa dia mempunyai autoriti untuk membuat tindakan -- iaitu persepsi dalaman berkaitan kuasa. Kuasa dalaman ini dibentuk oleh individu berkenaan dan tidak boleh "berikan" oleh orang lain. Menurut McGregor lagi, apabila seseorang menemui "kuasa dalamannya" dia akan menghargai potensi diri dan keupayaannya untuk meningkatkan perkembangan diri (*self-growth*) dan pembelajaran sendiri (*self-learning*) dan pada masa yang sama memperoleh kawalan terhadap nasibnya. Elsiva-Sadan (1999) menyimpulkan bahawa terdapat interaksi positif antara pembentukan keyakinan diri dengan pengukuhan keupayaan peribadi seseorang individu. World Bank (2002) juga membuat kesimpulan bahawa peningkatan pendayaupayaan peribadi (psikologi) meningkatkan keupayaan untuk terlibat dengan masyarakat, seterusnya meningkatkan peluang berlakunya pendayaupayaan sosial dan ekonomi.

Bagi tujuan pembentukan IPPM, berdasarkan kepada analisis meta dan kajian tambahan dalam bidang psikologi (contoh: Stajkovic & Luthans, 1998; Luthans *et al.*, 2007), ukuran ciri afektif yang dikenal pasti mampu mengerakkan kuasa dalaman (*inner power*) pengguna, seterusnya menjadikannya berdaya upaya secara psikologi

### c. Domain Tindakan

Berdasarkan kajian meta, pendayaupayaan tidak berlaku tanpa penglibatan aktif atau tanpa tindakan pengguna. Bagi tujuan IPPM, perlakuan atau tindakan yang dikenal pasti relevan ialah: tindakan membuat aduan, dan penglibatan dalam aktiviti kepenggunaan (berkongsi pengalaman dsb.).

### Pengukuran (Domain) Berdasarkan FGD/NGT

Hasil perbincangan NGT telah melahirkan pelbagai domain dan indikator pengguna "bijak". Di sini istilah bijak digunakan untuk merujuk konsep pendayaupayaan supaya mudah difahami oleh masyarakat umum. Walaupun peserta menyenaraikan pelbagai istilah yang mewakili indikator, namun ia boleh dikategorikan kepada tiga kategori domain utama iaitu kognitif, afektif dan tindakan. Kategori domain ini didapati selari dengan kajian literatur (analisis meta) tentang konsep dan pengukuran pendayaupayaan pengguna.

Domain merangkumi aspek kognitif (ilmu, kemahiran, arif, peka, dsb.), afektif (nilai, sikap, beretika, dsb.) dan tindakan (kawalan, beli ikut keperluan, membanding, berjimat, berkongsi pengalaman, dsb.)

## **Pengukuran (Domain) Berdasarkan Kajian Lapangan**

### **1. Kajian Lapangan Pra**

Bagi mendapatkan domain dan indikator pengguna yang berdaya upaya, istilah pengguna bijak digunakan. Responden diminta untuk menyenaraikan ciri pengguna bijak secara bebas (soalan terbuka), iaitu jawapan responden boleh dibincangkan mengikut aspek di bawah:

#### **Pengetahuan dan Kemahiran**

Secara umumnya, dapat dilihat bahawa responden kajian ini merujuk pengguna bijak sebagai pengguna yang mempunyai pengetahuan dan kemahiran dalam domain kognitif sahaja. Boleh juga diandaikan bahawa pengguna adalah bijak sekiranya mereka dapat mengelakkan diri daripada menghadapi masalah dengan mempunyai pengetahuan dan kemahiran kognitif. Dari segi PENGETAHUAN, responden menyatakan bahawa 10 pengetahuan yang penting sebagai pengguna bijak mengikut urutan tertinggi hingga terendah adalah tahu membandingkan kualiti, membandingkan harga, label (kandungan, tarikh luput), penipuan di pasaran (skim cepat kaya), membandingkan kadar faedah pinjaman, kadar faedah simpanan, waranti/jaminan barangan dan perkhidmatan, harga semasa, kaedah/cara membuat aduan, dan logo barangan. Sebaliknya, pengguna tidak/kurang merasakan penting untuk mereka mengetahui tentang strategi pemasaran, inflasi dan masa bertenang.

Manakala dari aspek KEMAHIRAN pula, responden merasakan bahawa pengguna perlu mempunyai pelbagai kemahiran termasuklah kemahiran sebelum, semasa dan selepas membeli. Pengguna juga perlu mempunyai kemahiran yang berkaitan dengan dirinya dan kemahiran yang melibatkan pihak lain. Kemahiran diri sendiri adalah seperti kemahiran membuat keputusan, mencari maklumat, menggunakan komputer dan seumpamanya. Manakala kemahiran yang melibatkan pihak lain adalah seperti kemahiran berkomunikasi, mengambil tindakan undang-undang dan menggerakkan kumpulan pengguna.

#### **Ciri Psikologi/Personaliti**

Daripada senarai ciri psikologi/personaliti yang perlu dimiliki oleh seseorang bagi menjadikannya pengguna bijak, responden menyatakan bahawa ciri yang paling penting ialah sikap bertanggungjawab terhadap tindakan yang diambil, mempunyai kematangan emosi, mempunyai kawalan diri dan mampu menyatakan kemahuan dengan jelas serta dapat membela dirinya sendiri berbanding dengan ciri lain.

#### **Tindakan Pengguna**

Sebagai pengguna bijak, keupayaan kognitif dan afektif tidak memadai dan tidak lengkap selagi pengguna tidak mengambil tindakan ke atas masalah yang dihadapinya di pasaran. Lebih 90% responden menyatakan tindakan yang patut diambil oleh seseorang pengguna yang bijak ialah membuat aduan kepada jurujual, pengurus atau tuan punya syarikat yang mengeluarkan barangan dan perkhidmatan tersebut dan meminta ganti barangan atau menuntut ganti rugi. Tindakan yang dirasakan kurang perlu dibuat oleh pengguna bijak oleh sebilangan responden ialah

menulis surat kepada agensi berkenaan dan melaporkan kepada media. Agak membimbangkan apabila 15.5% responden merasakan tidak perlu berbuat apa-apa.

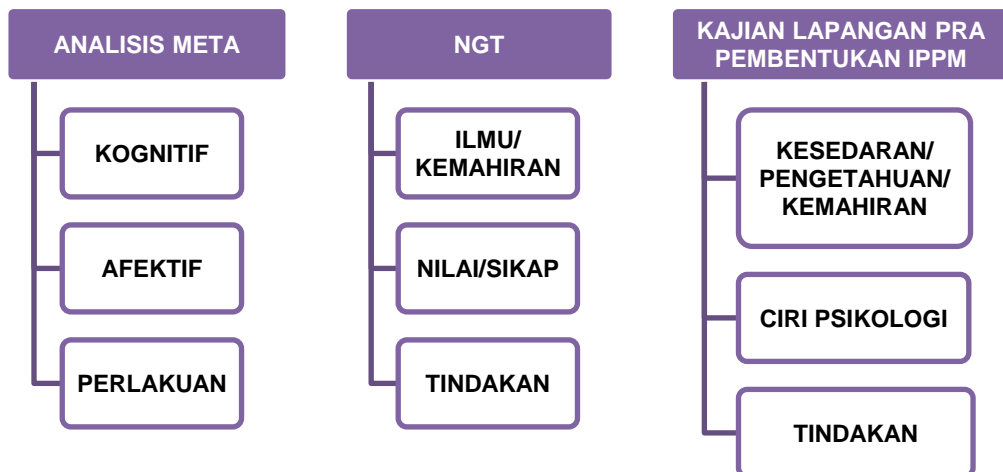
Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa responden lebih bersetuju untuk pengguna menyelesaikan masalah yang dihadapi secara langsung dengan peniaga dan pengeluar tanpa melibatkan pihak ketiga.

### Kesimpulan

Ketiga-tiga teknik mengekstrak domain iaitu analisis meta, FGD/NGT dan kajian lapangan prapembentukan IPPM, menghasilkan tiga domain utama iaitu kognitif, afektif dan tindakan. Domain kognitif merangkumi aspek kesedaran pengetahuan dan kemahiran, domain afektif merangkumi indikator yang berkaitan dengan perasaan, nilai dan seumpamanya. Manakala domain tindakan merangkumi indikator yang berkaitan dengan menyelesaikan masalah dan penglibatan dalam organisasi kepenggunaan.

Setiap domain yang terhasil mengarah ke arah mengelak diri daripada menghadapi masalah dan menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pengguna. Domain afektif mengukuh dan meningkatkan keberkesanan domain kognitif dan domain tindakan yang diambil oleh pengguna. Ringkasnya, pemilihan domain dan indikator untuk IPPM adalah berasaskan dapatan analisis meta, kaedah kualitatif (FGD/NGT) dan kaedah kuantitatif (Kajian lapangan prapembentukan IPPM).

Rajah 4 menunjukkan rumusan domain daripada ketiga kaedah mengekstrak domain. Melalui dapatan kajian ini dapat disimpulkan bahawa kaedah yang digunakan menghasilkan tiga domain yang sama, iaitu (1) domain kognitif/ilmu/pengetahuan/kesedaran/kemahiran, (2) domain afektif/nilai/sikap/ciri psikologi, dan (3) domain perlakuan/tindakan.



Rajah 4: Rumusan domain berdasarkan analisis meta, NGT dan kajian lapangan prapembentukan IPPM.



Seterusnya, IPPM dibentuk berdasarkan hasil dapatan yang diperolehi melalui ketiga-tiga kaedah yang dibincangkan ini.

## 2. Kajian Lapangan Rintis

Kajian rintis telah dijalankan untuk menguji IPPM yang telah dibentuk. Tujuannya, bagi meningkatkan kesahan dan kebolehpercayaan domain dan indikator yang telah dibentuk (yang melibatkan item yang menggunakan skala jenis Likert sahaja, iaitu domain afektif dan tindakan pengguna. Sebelum kajian rintis, prauji dijalankan ke atas 30 orang responden yang dikenal pasti secara mudah. Seterusnya, instrumen dibaiki dengan mengambil kira komen responden. Selain itu, borang soal selidik disemak/diteliti oleh seorang pakar yang dipilih terutamanya untuk soalan kemahiran berkaitan dengan undang-undang pengguna. Kebolehpercayaan ditunjukkan dalam Jadual 1. Kajian rintis IPPM melibatkan 543 responden yang dipilih melalui persampelan mudah di sekitar Selangor.

Jadual 1 : Kebolehpercayaan instrumen kajian rintis

Bahagian	Tentang	Bilangan item	Kebolehpercayaan
D1	Tindakan pengguna – kekerapan melakukan aktiviti kepenggunaan	12	0.822
D2	Tindakan pengguna – kekerapan menggunakan maklumat daripada pelbagai sumber	9	0.781
D3	Tindakan pengguna – keahlian dalam persatuan/pertubuhan	20	0.677
E	Ciri psikologi (Afektif)	28	0.855

Kajian rintis ini membuktikan bahawa IPPM boleh diaplikasi sebagaimana seadanya. Walau bagaimanapun, bagi memastikan keberkesanan pengukuran oleh indeks ini, proses selepas kajian rintis ini ialah memurnikan IPPM. Proses pemurnian ini dilakukan kerana terdapat beberapa domain IPPM yang dikenal pasti mengandungi indikator yang agak banyak dan ia dilakukan melalui *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dengan memilih nilai *communalities* dan *loadings* yang baik (lebih besar daripada 0.5) dan dilakukan dengan teliti di samping merujuk kepada KMO, ujian Bartlett dan jumlah varians yang diterangkan.

## 3. Kajian Lapangan Pasca

Kajian lapangan sekali lagi dijalankan bagi mengaplikasikan instrumen IPPM yang telah dimurnikan berdasarkan dapatan kajian rintis. Pemurnian IPPM dilaksanakan sekali lagi bagi memastikan indeks yang dihasilkan adalah ringkas tetapi mampu mengukur pendayaupayaan pengguna dengan berkesan. Prosedur yang dijalankan ialah *Extraction Method: Principal Component Analysis; Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization; dan Rotation converged in 3 iterations.*

Berdasarkan instrumen yang dimurnikan melalui analisis faktor Jadual 2, kebolehpercayaan instrumen bagi melibatkan domain/indikator utama telah diuji sekali lagi. Hasil analisis kebolehpercayaan ini adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3. Dapatan ini menunjukkan bahawa kesemua instrumen mempunyai tahap kebolehpercayaan yang tinggi apabila melebihi paras minimum yang dicadangkan oleh kebanyakan pengkaji, iaitu 0.5.

Jadual 2: Rumusan deskriptif domain dan indikator IPPM

Domain	Prasyarat EFA	Communalities	% Variance extracted	Bilangan faktor yang diekstrak	Bilangan indikator
Kognitif	Tidak berkaitan (ukuran berbentuk diagnostik)				
Afektif	KMO = 0.632 Ujian Bartlett = sig.	$\geq 0.60$	69.406	3	6
Tindakan (Melakukan aktiviti)	KMO = 0.873 Ujian Bartlett = sig.	$\geq 0.65$	69.428	1	4
Tindakan (Merujuk sumber)	KMO = 0.731 Ujian Bartlett = sig.	$\geq 0.60$	65.165	1	4
Tindakan (Pengalaman buruk)	KMO = 0.576 Ujian Bartlett = sig.	$\geq 0.50$	54.221	1	3

Jadual 3: Kebolehpercayaan instrumen kajian lapangan pasca

Bhg.	Tentang	Bilangan item	Kebolehpercayaan
D1	Tindakan pengguna – kekerapan melakukan aktiviti kepenggunaan	5	0.890
D2	Tindakan pengguna – kekerapan menggunakan maklumat daripada pelbagai sumber	4	0.821
D3	Tindakan pengguna – berdasarkan pengalaman buruk	3	0.600
E	Ciri psikologi (Afektif)	7	0.600

**Aplikasi IPPM**

Setelah melalui proses pengujian dan pemurnian, senarai domain, indikator dan item dalam IPPM yang telah dimuktamadkan adalah seperti dalam Jadual 4. Tahap pendayaupayaan pengguna Malaysia dikira dengan menjumlahkan skor bagi domain (1) Kognitif (yang merangkumi aspek kesedaran mengenai hak dan tanggungjawab) dan pengetahuan dan kemahiran, (2) Tindakan dan (3) Afektif (ciri psikologi). Setiap domain dianggarkan mempunyai wajaran yang sama, iaitu 0.33 daripada jumlah keseluruhan wajaran iaitu 1.

Jadual 4: Domain, Indikator dan item IPPM

Domain	Indikator		Item
<b>KESEDARAN</b>	Kesedaran Hak-hak Pengguna	B1	Menentukan hak-hak pengguna
	Kesedaran Tanggungjawab Pengguna	B2	Menentukan tanggungjawab pengguna
<b>KOGNITIF</b>	Pengetahuan dan Kemahiran Kepenggunaan	C1	Hak Tebus rugi: Jika bertukar fikiran
		C2	Hak Tebus rugi: jika resit hilang
		C3	Hak Tebus rugi: jika cuai
		C4	Hak: Dalam keadaan seadanya "As is basis"
		C5	Keputusan: Harga diimbaz tidak sama yang dipamerkan
		C6	Keputusan: Rupa barang dihantar berbeza
		C7	Dokumen diperlukan untuk mendapat gantian barangan
		C8	Barangan baru dibeli/dibaiki rosak kembali
		C9	Perbandingan harga seunit
		C10	Amalan pekedai yang menyalahi undang-undang
C11	Pembatalan kontrak		
C12	Perbandingan pinjaman		

Domain	Indikator		Item
		C13	Perbandingan faedah
		C14	Perbandingan kadar dividen pelaburan
		C15	Keupayaan faham logo (6 item)
		C16	Keupayaan faham logo (maklumat khasiat)
		C17	Keputusan: Salah penghantaran
		C18	Perbandingan iklan
		C19	Pemulangan barangan dipesan
		C20	Membaiki barangan dibeli tanpa waranti
<b>AFEKTIF</b>	Resilien	E11	Usaha bersungguh perjuangkan hak
	Kawalan diri	E25	Membeli belah dengan teliti untuk nilai terbaik
		E26	Buat keputusan pembelian spontan
		E28	Baca semua invois/resit/ perjanjian sebelum tandatangan
	Tegas diri	E20	Sering membeli produk yg tidak perlu kerana sukar menolak
		E21	Tidak tahu menghadapi jurujual agresif/ memaksa
<b>TINDAKAN</b>	Melakukan aktiviti	D1.6	Mencari saluran yang efektif
		D1.7	Mengkaji strategi pemarkar
		D1.8	Memaklumkan kepada peniaga/ pengeluar untuk meningkatkan kualiti produk
		D1.9	Membantu menangani isu pengguna
		D1.11	Bekerjasama dengan pengeluar
	Merujuk sumber	D2.3	Artikel/buku tentang produk
		D2.4	Majalah pengguna
		D2.5	Dokumen/laporan kerajaan

Domain	Indikator		Item
		D2.6	Persatuan Pengguna (NGOs)
	Pengalaman buruk	D5	Buat aduan kepada Tribunal Tuntutan Pengguna
		D5	Buat aduan kepada Persatuan Pengguna
		D5	Laporkan kepada media (cetak & elektronik)

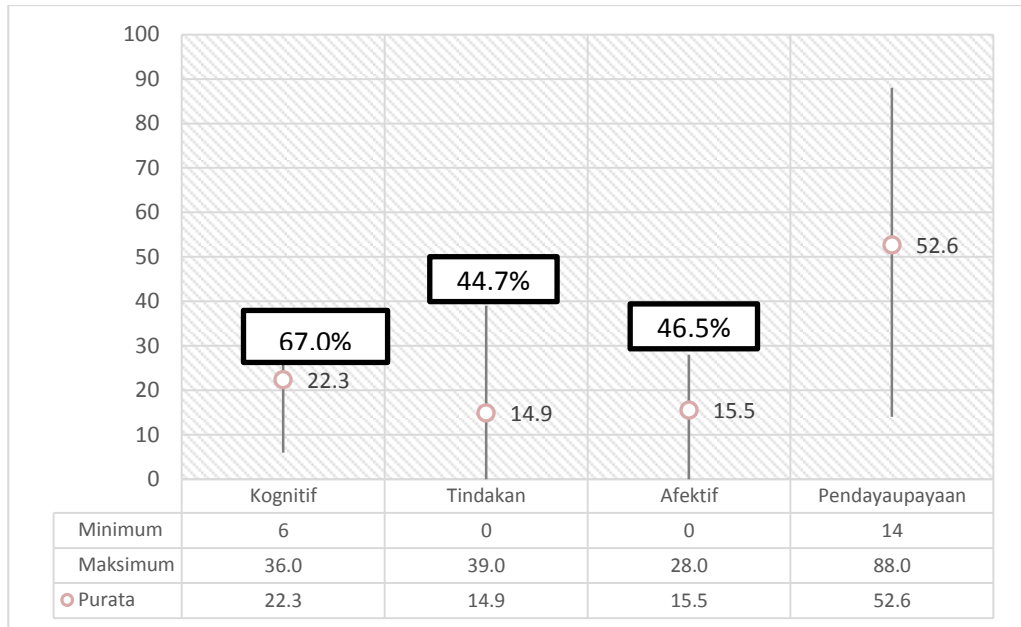
Seterusnya, jumlah yang diperoleh ini diproratakan menjadi 100% untuk dibahagikan kepada empat kategori, mengikut cara pengiraan kuartil dan hasilnya adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 5.

Jadual 5: Kategori pendayaupayaan pengguna.

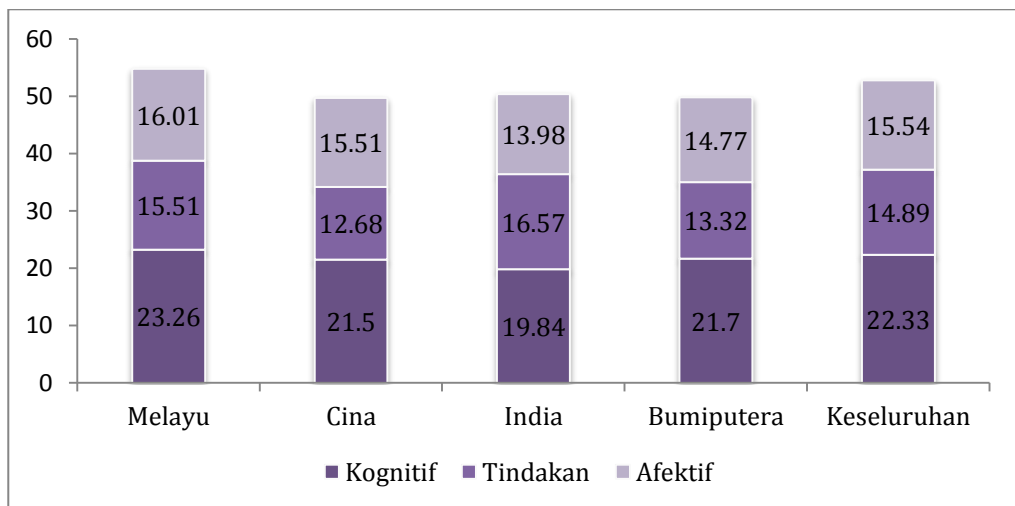
Julat kuartil	Kategori
Kurang daripada 25%	Rentan
25 – 50%	Rendah
51 – 75%	Sederhana
75% dan ke atas	Berdayaupaya

### Tahap Pendayaupayaan Pengguna Malaysia

Rajah 5 menunjukkan bahawa secara keseluruhannya, responden mempunyai skor yang sederhana sahaja berdasarkan peratusan sebanyak 52.6% yang ditunjukkan bagi domain pendayaupayaan pengguna. Dari segi setiap domain pula, didapati bahawa responden mencapai 67.0% skor kognitif, 44.7% skor tindakan dan 46.5% skor afektif. Ini menunjukkan bahawa domain kognitif responden telah mencapai tahap yang agak memberangsangkan, iaitu mereka boleh dikatakan agak mahir dan agak berpengetahuan untuk menjadi pengguna yang bijak di pasaran. Sementara itu, domain tindakan dilihat paling rendah antara ketiga-tiga domain. Apabila dibandingkan pendayaupayaan mengikut etnik (Rajah 6), didapati etnik Melayu mempunyai pendayaupayaan yang lebih tinggi secara keseluruhannya dan juga bagi hampir kesemua domain (kecuali tindakan) berbanding dengan etnik lain. Kaum Cina dan Bumiputera didapati mendapat skor yang hampir sama manakala kaum India pula didapati menunjukkan skor yang paling tinggi untuk domain tindakan. Pengiraan skor ini dibuat dengan membahagikan nilai purata yang diperoleh bagi setiap domain dengan nilai wajaran yang diproratakan, iaitu sebanyak 0.33 bagi setiap domain.



Rajah 5: Domain pendayaupayaan pengguna yang telah diprorata.



Rajah 6: Tahap pendayaupayaan pengguna mengikut etnik.

### Kesimpulan

Dapatan kajian telah mengenal pasti tiga domain pendayaupayaan iaitu kognitif, afektif dan tindakan. Domain kognitif merangkumi indikator kesedaran tentang hak, kesedaran tentang tanggung jawab dan kemahiran kepenggunaan. Bagi

memudahkan kefahaman, domain kognitif ini boleh dinamakan semula sebagai domain kesedaran. Justeru, definisi operasional kesedaran dalam kajian ini meliputi kesedaran asas tentang hak dan tanggungjawab pengguna dan pengetahuan serta kemahiran kepenggunaan (iaitu, ukuran kesedaran pada tahap yang lebih tinggi). Bagi domain afektif, dapatan kajian merumuskan enam indikator yang mewakili resilien, kawalan diri, tegas diri dan kawalan diri minimum. Manakala indikator bagi domain tindakan pula terdiri daripada melakukan aktiviti, sumber maklumat dan pengalaman buruk.

Dari segi proses membentuk IPPM, pengkaji telah mengambil pendekatan kuantitatif dan kualitatif, pelbagai kaedah pengumpulan data dan liputan pengguna yang luas merangkumi pengguna pelbagai golongan umur, etnik, jantina dan strata. Pembinaan IPPM melalui proses yang saintifik dan sistematik yang menepati kaedah pembentukan indeks. Dua pendekatan pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif telah dijalankan. Kaedah pengumpulan data yang dilakukan ialah FGD, NGT dan kajian lapangan. Ringkasnya, indeks ini telalu melalui pelbagai saringan saintifik bagi memastikan ia berupaya menguji tahap pendayaupayaan pengguna sebaik-baik mungkin. Justeru, item dalam instrumen kajian dibentuk supaya hampir dengan gambaran sebenar situasi yang perlu dilalui oleh pengguna di pasaran, supaya ia bersifat realistik. Selain itu, sorotan literatur tentang konsep dan definisi pendayaupayaan juga telah dijalankan bagi memastikan IPPM yang dibina nanti mempunyai ciri alamiah dan seiring dengan keupayaan pengguna di negara maju. Ciri ini amat perlu memandangkan Malaysia menasarakkan untuk menjadi negara berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020.

IPPM yang dibentuk memiliki ciri kebolegunaan yang tinggi, angkuabah yang digunakan bersifat “akhir”, domain boleh digunakan secara bebas (sendiri) dan secara komposit, soalan mudah difahami dan ringkas. Analisis dijalankan memenuhi syarat minimum statistik. EFA telah mengurangkan bilangan indikator dalam setiap domain/subdomain menjadikan IPPM lebih ringkas dan mudah. Dari segi kebolegunaan, IPPM mampu mengukur tahap pendayaupayaan pengguna Malaysia mengikut latar belakang sosiodemografi dan sosioekonomi responden. Sebagai contoh, perbandingan antara etnik, jantina, strata dan sebagainya boleh dibuat melalui data yang dikumpulkan.

Dalam kajian ini, pendayaupayaan pengguna diukur dengan menggabungkan tiga domain iaitu kognitif (kesedaran), afektif (ciri psikologi) dan tindakan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa pengguna Malaysia mencapai tahap pendayaupayaan 52.6%. Secara keseluruhannya, responden mempunyai tahap pendayaupayaan yang sederhana. Apabila dilihat dengan lebih terperinci mengikut domain pula, didapati bahawa responden mencapai 67.0% skor kognitif (kesedaran), 44.7% skor tindakan dan 46.5% skor afektif. Ini menunjukkan bahawa dari segi domain kognitif (kesedaran), responden telah mencapai tahap yang agak memberangsangkan, iaitu mereka boleh dikatakan agak mahir dan agak berpengetahuan untuk menjadi pengguna yang bijak di pasaran. Sementara itu, pengguna mendapat skor bagi domain tindakan yang paling rendah antara ketiga-tiga domain.

**Rujukan**

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Macmillan.
- Corrigan, P. W., Faber, D., Rashid, F., & Leary, M. (1999). The construct validity of empowerment among consumers of mental health services. *Schizophrenia Research, 38*, 77–84.
- Chiang, C-F. & Jang, S-C. (2008). The antecedents and consequences of psychological empowerment: the case of Taiwan's hotel companies. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 32*, 40.
- Jabatan Perangkaan Malaysia (2017). Penduduk mengikut umur, MALAYSIA, 2017. Dimuat turun daripada laman web <https://www.dosm.gov.my/v1>
- Lang, T. & Hines, C. (1993). *The New Protectionism: Protecting the Future against Free Trade*. London : Earthscan.
- Luthans, F., Avolio, B.J., Avey, J.B., & Norman, S.M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology, 60*(3), 541-572.
- McGregor, S. L. T. (2005). Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: a typology of consumer education approaches. *International Journal of Consumer Studies, 29*(5), 437-447.
- McGregor, S. L. T. (2008). Ideological maps of consumer education. *International Journal of Consumer Studies, 32*(5), 545-552.
- Meta-Analysis Content Analysis Researchomatic (Retrieved 13 Nov, 2013, from <http://www.researchomatic.com/essay/MetaAnalysis-Content-Analysis-24979.aspx>
- Nardo, M., Loi, M., Rosati, R., & Manca, A. (2011). The consumer empowerment index: a measure of skills, awareness and engagement of European consumer. *JRC Scientific and Technical Report*, <http://www.jrc.ec.europa.eu/>
- Rha, J-Y., Widdows, R., Hooker, N.H., & Montalto, C.P. (2001). E-consumerism as a tools for empowerment. *The Journal of Consumer Education, 19*(20), 61-68.
- Riger, S. (1993). What's wrong with empowerment. *American Journal of Community Psychology, 21*, 279–292.
- Rogers, E.S., Chamberlin, J., Ellison, M.L., & Crean, T. (1997). A consumer-constructed scale to measure empowerment among users of mental health services. *Psychiatric Services, 48*(8), 1042-1047.
- Rucker, D.D. & Galinsky, A.D. (2008). Desire to Acquire: Powerlessness and Compensatory Consumption. *Journal of Consumer Research, 35*(2), 257-267.
- Salzer, M.S. (1997). Consumer empowerment in mental health organizations: Concept, benefits, and impediments. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research, 24*(5), 425-434.
- Spreitzer, G.M. (1995). Individual empowerment in the workplace: dimensions, measurement and validation. *Academy of Management Journal, 38*, 1442-1465.
- Stajkovic, A.D. & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin, 124*(2), 240.
- University of East Anglia, Benchmarking the performance of the UK framework supporting consumer empowerment through comparison against relevant international comparator countries (2009).



- Walker, E., Hernandez, A.V., & Kattan, M.W. (2008). Meta-analysis: Its strength and weaknesses, Cleveland Clinic. *Journal of Medicine*, 75(6), 431-439.
- Wathieu L., Brenner, L., Carmon, Z., Chattopadhyay, A., Wertenbroch, I., Drolet, A., Gourville, J., Muthukrishnan, A. V., Novemsky, N., Ratner, R.K., & Wu, G. (2002). Consumer control and empowerment: a primer. *Marketing Letters*, 13(3), 297–305.
- Weed, M. (2005). "Meta Interpretation": A method for the interpretive synthesis of qualitative research. *Forum, Qualitative Social Research*, 6(1), Art. 37.
- William, K.C. & Page, R.A. Marketing to the Generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 5(1), 1-17.
- World Bank (2002). Empowerment and poverty reduction: a sourcebook in *World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty*.
- Zimmerman, B.J., Bandura, A., & Martinez-Pons., M. (1992). Self-motivation for academic attainment: the role of self-efficacy beliefs and personal goal setting. *American Educational Research Journal*, 29, 663-676.
- Zuroni Md Jusoh, Syuhaily Osman, Roslina Mat Salleh, Nurul Faizah Shukor & Nur Faizah Mohamad Sulaman (2016). Consumption and Expenditure Pattern of Energy and Water among Urban Consumers. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 26(1), 54-64.