

# Harga Siling: Perlaksanaannya dan Respon Pengguna

Ahmad Hariza Hashim,  
Husniyah Abdul Rahim,  
Norhasmah Sulaiman,  
Syuhaily Osman  
Universiti Putra Malaysia

## Abstract

Malaysian government introduced ceiling price on selected food items in order to control the unexpected increase in prices of goods during festive seasons. This study on ceiling prices for foods during festive seasons is to determine whether the sellers abide to the ceiling price introduced by the government and also whether consumers are aware of the ceiling prices policy. Convenience sampling method was used to collect the data through involvement of university students during their semester break that coincide with the festive holiday. Seven hundred and seventeen (717) individual who normally made buying decision involved as respondents in this study. Observations were also made at 504 small and large markets all over Malaysia regarding the prices for the goods listed under the ceiling price items. The results showed that many sellers did sold their goods at a price higher than the recommended ceiling price. While there are consumers who knowingly bought food which is priced higher than the recommended ceiling prices. About three quarter of the respondents knew about the introduction of the ceiling price by the government. Slaughtered chicken, grade A egg and local beef meat were the items highly known by both urban and rural respondents as items listed for ceiling prices during that season.

*There is a significant difference between ethnic groups on certain items listed for ceiling prices. The Chinese seems to know more about ceiling prices and items listed for ceiling prices as compared to Malays and Indians.*

## Pengenalan

Bila berlakunya kenaikan harga atau dijangkakan akan berlakunya kenaikan harga yang tinggi, kerajaan akan melaksanakan pengawalan harga. Sebagaimana yang pernah dilakukan oleh kerajaan Amerika untuk harga minyak dalam tahun 1973 hingga 1981 (Samuelson dan Nordhaus, 1992). Kerajaan Amerika ketika itu telah mengambil tindakan dengan menetapkan harga minyak petrol dengan tujuan agar lebih ramai penduduknya mampu membeli minyak. Harga minyak sekiranya tidak dikawal ketika itu berkemungkinan ianya akan naik dengan mendadak dan ini menghadkan jumlah penduduk yang mampu membelinya. Walaubagaimanapun sekiranya keadaan pengawalan harga oleh kerajaan ini dilakukan untuk jangkamasa yang lama ia boleh mengakibatkan kenaikan dari segi jumlah yang diminta, berkurangnya kuantiti yang ditawarkan dan mencipta kekurangan barangan atau perkhidmatan di pasaran (McEachern, 2000).

Untuk suasana di Malaysia harga siling lebih banyak dikaitkan dengan penawaran

rumah di pasaran terutamanya penawaran rumah kos rendah. Untuk barangan pengguna yang lain, harga siling lebih banyak diperkenalkan setiap kali musim perayaan menjelma dan hanya untuk waktu yang singkat. Tujuannya adalah untuk mengawal harga terutamanya barang-barang keperluan yang banyak digunakan pada setiap kali musim perayaan agar ianya tidak naik secara mendadak. Pihak kerajaan akan menyenaraikan satu senarai barangan dan harga yang boleh dijual oleh pemasar atau pekedai untuk jangkamasa tertentu. Penetapan harga siling ini merupakan sebahagian dari program kawalan harga yang dijalankan di Malaysia bagi mempengaruhi harga secara langsung pada peringkat mikro yang mana dapat mengelak penjual mengambil kesempatan pada musim-musim perayaan (Mansor & Zulridah, 1998).

Menurut Laporan Penyiasatan Perbelanjaan Isi Rumah yang dikeluarkan bersama Laporan Kiraan Permulaan Banci Penduduk 2000 menunjukkan peningkatan sebanyak 40% daripada keseluruhan perbelanjaan bulanan isi rumah penduduk di negara ini pada tahun 1998/99 berbanding tahun 1993/94. Pada tahun 1993/94, purata jumlah perbelanjaan bulanan isi rumah hanya RM 1,161 atau 41.6% berbanding dengan RM 1,631 atau 58.4% bagi tahun 1998/99. Peruntukan terbesar belanjawan isi rumah telah dibelanjakan kepada kumpulan makanan iaitu sebanyak 22.6% daripada jumlah perbelanjaan. Sumbangan peratusan perbelanjaan utama luar bandar bagi makanan adalah 28.8% adalah lebih tinggi berbanding dengan 18.5% bagi perbelanjaan utama di bandar bagi makanan (Buletin Perlindungan Pengguna, 2002). Kesan kenaikan harga barangan makanan terutama di musim perayaan akan meningkatkan lagi kos perbelanjaan isirumah terhadap makanan dan seterusnya mengganggu peruntukan perbelanjaan untuk

keperluan yang lain seperti pelajaran, kesihatan, simpanan dan sebagainya.

Justeru itu kajian ini dijalankan dengan tujuan untuk mengkaji amalan peniaga di pasar-pasar besar dan kecil berkaitan dengan penetapan harga siling ini. Kajian juga menilai tahap pengetahuan pengguna mengenai konsep harga siling dan kesedaran pengguna mengenai perlu atau tidaknya harga siling diperkenalkan setiap kali musim perayaan.

### **Kaedah Kajian**

Kaedah persampelan mudah telah digunakan dalam kajian yang dijalankan melalui penglibatan pelajar-pelajar Fakulti Ekologi Manusia. Untuk objektif pertama, pelajar dikehendaki membuat pemerhatian ke atas pasar-pasar besar dan kecil di kediaman asal mereka dan mencatatkan harga untuk setiap barangan yang telah disenaraikan untuk harga siling di seluruh Malaysia. Selepas itu perbandingan dibuat di antara harga yang dijual kepada pembeli ketika itu dengan harga siling mengikut kawasan berdasarkan harga yang telah ditetapkan untuk kawasan tersebut oleh pihak Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna.

Untuk objektif ini, pemerhatian telah dibuat ke atas beberapa buah pasar besar dan kecil di negeri seperti Perlis (5), Kedah (56), Pulau Pinang (25), Perak (69), Selangor (119), Wilayah Persekutuan (48), Negeri Sembilan (31), Melaka (22), Johor (51), Pahang (26), Terengganu (38), Sarawak (8) dan Sabah (6). Jumlah kesemua pemerhatian yang di buat ialah 255 untuk pasar besar dan 249 untuk pasar kecil. Pasar Besar didefinisikan sebagai kawasan jual beli barangan pengguna dengan jumlah gerai lebih dari 20 manakala pasar kecil merujuk kepada kawasan dengan gerai jualan 20 atau kurang. Data ini dikutip pada ketika pelajar pulang ke

kampung halaman mereka pada cuti musim perayaan Hari Raya dan Krismas.

Selepas membuat pemerhatian, pelajar-pelajar ini kemudiannya dikehendaki mendapatkan responden yang telah berkeluarga juga di kawasan berhampiran kampung halaman mereka. Sejumlah 717 borang yang telah dilengkapkan diperolehi semula dalam tempoh 2 minggu. Responden dipilih di kalangan mereka yang sentiasa membuat pembelian di pasar.

Responden ditanyakan latarbelakang dari segi umur, bangsa, tahap pendidikan, pendapatan keluarga serta saiz ahli keluarga. Untuk kesedaran harga siling, responden ditanyakan tentang pelaksanaan harga siling oleh kerajaan sama ada mereka menyedarinya atau tidak dan keperluan kepada penetapan harga siling ini setiap kali musim perayaan. Bagi mereka yang menjawab tahu berkaitan dengan pelaksanaan harga siling, mereka diminta untuk menyenaraikan barangan yang telah ditetapkan harga siling oleh kerajaan. Mereka juga ditanyakan samada mereka akan terus membeli walaupun harga yang dikenakan lebih tinggi jika dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh kerajaan.

## Hasil Kajian

Bahagian ini dimulai dengan membincangkan ciri-ciri demografi responden. Ini diikuti dengan perbincangan mengenai hasil pemerhatian terhadap pelaksanaan harga siling di pasar-pasar dan seterusnya dibincangkan mengenai kesedaran pengguna berkaitan dengan barangan yang disenaraikan dalam penetapan harga siling oleh pihak kerajaan

## Ciri-ciri Responden

Ciri-ciri responden diberikan di dalam Jadual 1. Kebanyakan responden berumur dalam

Jadual 1  
Latar Belakang Responden

Latar Belakang	Bilangan (Peratus)
<b>Umur</b>	
< 20 tahun	5 (0.7)
20 – 30 tahun	98 (14.2)
31 – 40 tahun	115 (16.7)
41 – 50 tahun	<b>276 (40.1)</b>
51 – 60 tahun	165 (24.0)
> 60 tahun	29 (4.2)
<b>Jantina</b>	
Lelaki	<b>369 (53.5)</b>
Perempuan	321 (46.5)
<b>Bangsa</b>	
Melayu	<b>488 (70.8)</b>
Cina	147 (21.3)
India	42 (6.1)
Lain-lain	12 (1.7)
<b>Agama</b>	
Islam	<b>494 (71.7)</b>
Budha	114 (16.5)
Hindu	30 (4.4)
Kristian	48 (7.0)
Lain-lain	3 (0.4)
<b>Tempat Tinggal</b>	
Bandar	<b>376 (54.7)</b>
Luar Bandar	312 (45.3)
<b>Tahap Pendidikan Tertinggi</b>	
Sekolah Rendah	133 (20.0)
Sijil	<b>409 (51.5)</b>
Lepasan Universiti	123 (18.5)
<b>Pendapatan Bulanan Keluarga</b>	
0 – RM1,000	160 (25.2)
RM1,001 – RM2,000	203 (31.9)
RM2,001 – RM5,000	<b>230 (36.2)</b>
RM5,001 – RM10,000	37 (5.8)
>RM10,000	6 (0.8)
<b>Saiz Keluarga</b>	
< 5 orang	328 (48.5)
> 5 orang	<b>348 (51.5)</b>

lingkungan umur 41 tahun hingga 50 tahun (40.1%), lelaki (53.5%), berbangsa Melayu (70.8%), beragama Islam (71.7%), tinggal di kawasan bandar (54.7%), dan dengan memiliki sijil sebagai tahap pendidikan tertinggi (51.5%). Manakala pendapatan keluarga responden kebanyakannya dalam julat RM2,001 hingga RM5,000 (36.2%) dengan saiz keluarga kebanyakannya melebihi 5 orang (51.5%).

Untuk memudahkan perbincangan hasil pemerhatian, di sebabkan harga siling ini dilaksanakan pada masa musim perayaan hari raya, maka hanya barang yang banyak digunakan oleh orang Melayu dipilih untuk perbincangan. Barangan yang telah dikenal pasti dari sebelas barangan yang dikenakan harga siling ialah ayam, kelapa biji, daging tempatan dan cili merah. Didapati daripada pemerhatian yang dibuat, secara keseluruhannya bahawa ramai penjual masih berani untuk menjual barangan mereka jauh melebihi harga siling, untuk hampir keempat-empat barangan di pasar-pasar besar dan kecil di bandar dan luar bandar. Keadaan ini menggambarkan bahawa penetapan harga siling ini masih tidak dipatuhi sepenuhnya oleh penjual (Jadual 2).

Keadaan ini diperkukuhkan lagi bila masih ada pembeli yang membeli sekalipun mereka sudah mengetahui bahawa harga

barangan yang mereka beli jauh melebihi harga siling. Hampir 33% menyatakan bahawa mereka telah membeli sekalipun telah diketahui bahawa harga yang diletakan adalah melebihi harga siling. Perlakuan ini disebabkan oleh kejahilan pengguna, ketidak prihatinan mereka dan juga keadaan terdesak di mana barangan ini menjadi keperluan yang mesti ada untuk menyam-but hari perayaan yang bakal datang. Ke-sempatan ini diambil peluang oleh penjual untuk menjual barangan ini dengan tidak mengikut harga yang telah ditetapkan. Menurut Unhl dan Brown (1970), kegagalan pengguna untuk memberikan respon yang sewajarnya kepada perubahan dalam harga boleh mempengaruhi penjual untuk meletakkan harga yang mereka sukai.

Dari segi bangsa, didapati tiada perbezaan yang ketara untuk mereka yang telah membeli walaupun barangan yang dibeli adalah melebihi harga siling (Melayu, 38.3%, China 21.2%, India 36.7%) dan mereka yang banyak melakukan ini tergolong di kalangan mereka yang berpendapatan melebihi RM1000 ke atas (32% mereka yang berpendapatan RM1000 ke bawah telah melakukan pembelian manakala 55% mereka yang berpendapatan RM 1001 ke atas menyatakan bahawa mereka telah melakukan pembelian). Keadaan ini tidak jauh berbeza dengan kajian yang dilakukan oleh Padberg (1968) dalam Uhl dan Brown (1970)

**Jadual 2**  
**Pemerhatian Perlaksanaan Harga Siling Untuk Barang Terpilih**

Barangan Item Pengguna Terpilih	Bandar				Luar Bandar			
	Pasar Besar		Pasar kecil		Pasar Besar		Pasar Kecil	
	Sama@<	Lebih	Sama@<	Lebih	Sama@<	Lebih	Sama@<	Lebih
Ayam disambelih	48.8	52.1	47.1	54.1	51.2	47.9	52.9	45.9
Daging lembu tempatan	50	40	47.6	36.8	50	60	52.4	63.2
Telur grad A	54	41.5	55.6	41.1	45	58.5	44.4	58.9
Kelapa biji	47.4	55.1	48.3	46.9	52.6	44.9	51.7	53.1

yang menyatakan bahawa semakin senang seseorang itu semakin tidak sensitif ianya dengan harga barangan pengguna di pasaran. Sila lihat juga Schiffman dan Leslie (2000).

## Pengetahuan Umum Mengenai Penetapan Harga Siling

Analisa yang dijalankan ke atas keseluruhan responden menunjukkan 76.2% responden mengetahui bahawa pihak kerajaan telah menetapkan harga siling terhadap beberapa barang keperluan sempena menjelang musim perayaan baru-baru ini. Jadual 3 menunjukkan lebih daripada tiga perempat responden berdasarkan tahap pendidikan, jantina, bangsa dan tempat tinggal mengetahui mengenai penetapan harga siling yang dilaksanakan oleh pihak kerajaan.

**Jadual 3**  
**Peratus Responden yang Mengetahui Isu Penetapan Harga Siling Berdasarkan Latar Belakang**

Latar Belakang	Mengetahui Isu Harga Siling n (%)	Tidak Mengetahui Isu Harga Siling (%)
<b>Tahap Pendidikan</b>		
Sekolah Rendah	116 (72.5)	44 (27.5)
Sijil	294 (75.5)	98 (25.2)
Diploma-PhD	110 (89.4)	20 (16.3)
<b>Jantina</b>		
Perempuan	256 (73.8)	91 (26.2)
Lelaki	291 (78.9)	78 (21.1)
<b>Bangsa</b>		
Melayu	393 (78.0)	111 (22.0)
Cina	103 (70.1)	44 (29.9)
India	42 (80.8)	10 (19.2)
<b>Tempat Tinggal</b>		
Luar Bandar	333 (76.6)	78 (23.4)
Bandar	291 (76.2)	91 (23.8)

Didapati 96.9% responden menyatakan mengenai keperluan penetapan harga siling. Manakala dari segi pengenalanpastian barangan yang disenarai untuk harga siling, didapati responden hanya boleh mengenal pasti dengan tepat beberapa item sahaja dan tidak ramai yang boleh menyenaraikan kesebelas barangan tadi dengan tepat. Ini tidak menghairankan kerana ramai responden tidak boleh membezakan barangan seperti kobis bulat Indonesia, bawang merah kecil India dan ubi kentang Indonesia dengan barangan yang serupa dengannya. Item barangan yang boleh dikenal pasti ialah ayam yang disembelih (60%), daging lembu tempatan (45%) dan telur gred A (49%). Ketiga-tiga item ini merupakan barangan yang popular sewaktu musim perayaan manakala barangan lain yang juga biasa kepada pengguna tetapi tidak disenaraikan oleh pengguna mungkin kerana ianya dirasakan tidak menjadi rebutan dalam musim perayaan seperti ikan kembung hitam, cili merah, kacang panjang. Manakala daging kerbau import bukanlah menjadi daging yang biasa di makan oleh masyarakat Malaysia terutama masyarakat bandar jika dibandingkan dengan daging lembu tempatan.

Satu lagi perkara yang boleh diperhatikan ialah terdapat pengguna yang dapat memberikan harga siling yang tepat untuk barangan pengguna walaupun peratusannya tidak tinggi. Bagi item seperti ayam, daging import dan telur gred A, ramai yang dapat memberikan harga silingnya dengan peratusan yang lebih tinggi untuk kelapa. Kajian lepas menunjukkan bahawa pengguna yang biasa membeli barangan akan dapat merasakan perbezaan harga yang dijual. Oleh itu memang terdapat kesedaran di kalangan pengguna untuk mengetahui harga barangan yang mereka biasa beli untuk membuat perbandingan semasa pembelian (Jadual 4).

**Jadual 4**  
**Mengetahui Item Barangan Pengguna Dan**  
**Menjawab Dengan Betul Harga Siling Yang**  
**Ditetapkan**

Item Barangan	Ketahu Item		Ketahu Harga	
	%	n	%	n
Ayam disembelih	60	426	25	173
Daging lembu tempatan	45	320	22.5	158
Daging kerbau	24	171	13	93
Ikan kembung hitam tempatan	30	216	11	78
Telur gred A	48.6	343	18	125
Kacang panjang	30.4	215	13	91
kobis bulat Indonesia	29.3	207	13.4	94
Cili merah	36	255	15.4	108
Bawang merah kecil India	33	232	11.2	79
Ubi kentang Indonesia	31	218	15.6	110
Kelapa biji	39	274	26	183

Bila dibandingkan mengikut bangsa didapati lebih daripada separuh responden Melayu, Cina dan India mengetahui item ayam yang disembelih berserta kaki, kepala, hati dan hempedu telah ditetapkan harga siling. Lebih daripada separuh responden Melayu (52.0%) mengetahui daging lembu tempatan juga mempunyai harga siling dan peratusan yang rendah bagi bangsa Cina (29.1%) dan India (26.9%). Kajian ini memperlihatkan peratusan yang agak tinggi dan lebih kurang sama terhadap item telur gred A bagi semua bangsa. Item-item barangan yang lain mempunyai peratusan yang rendah (Jadual 5). Terdapat perbezaan yang signifikan di antara bangsa yang mengetahui daging lembu tempatan ( $p = 0.001$ ), daging kerbau import ( $p = 0.008$ ), cili merah ( $p = 0.038$ ), bawang merah kecil India ( $p = 0.017$ ), dan ubi kentang Indonesia ( $p = 0.031$ ) mempunyai harga siling.

Didapati bahawa masyarakat Cina lebih ramai mengetahui harga siling yang sebenar

berbanding dengan masyarakat Melayu dan India. Bagi kaum Cina, item ayam, kelapa biji, telur dan cili merah adalah item yang mempunyai peratusan tinggi responden yang menjawab harga siling sebenar manakala item kelapa dan daging lembu tempatan adalah tinggi bagi masyarakat Melayu. Dari keputusan kajian, boleh disimpulkan bahawa pengguna juga melakukan pemantauan tentang harga barangan terutama barangan yang mereka kerap gunakan, contohnya bangsa Melayu memang banyak menggunakan barangan seperti kelapa dalam perbelanjaan harian mereka dan sebarang perbezaan harga akan mudah dirasakan oleh mereka (Jadual 6). Terdapat perbezaan yang signifikan di antara bangsa dengan jawapan harga siling yang betul seperti yang ditetapkan untuk item ayam disembelih ( $p = 0.050$ ), daging lembu tempatan ( $p = 0.019$ ), telur gred A ( $p = 0.001$ ) dan cili merah ( $p = 0.012$ ). Bangsa Cina lebih mengetahui harga siling sebenar berbanding dengan bangsa lain.

Dari segi tempat tinggal pula, didapati peratusan yang tinggi responden dari kedua-dua bandar dan luar bandar mengenalpasti tiga item barangan iaitu ayam yang disembelih, telur gred A dan daging lembu tempatan sebagai barangan yang diketahui telah ditetapkan harga siling. Walaubagaimanapun penduduk luar bandar menunjukkan peratusan yang lebih tinggi bagi ketiga-tiga item barangan tersebut dan item-item barangan yang lain mempunyai peratusan yang rendah bagi penduduk bandar mahupun luar bandar (Jadual 7). Didapati juga tiada perbezaan di antara tempat kediaman dengan mengetahui semua item barangan yang mempunyai harga siling kecuali untuk item kobis bunga Indonesia ( $p = 0.031$ ). Hasil dapatan ini menunjukkan bahawa penduduk luar bandar lebih mengetahui kewujudan harga siling bagi item tersebut. Dari segi mengetahui harga siling, tidak terdapat perbezaan yang ketara antara

**Jadual 5**  
**Responden Berdasarkan Bangsa yang Mengetahui Item Barangan**  
**Yang Mempunyai Harga Siling**

Item Barangan	Melayu n = 506% (n)	Cina n = 148% (n)	India n = 52% (n)	Signifikan
Ayam disembelih	62.8 (318)	52.0 (77)	59.6 (31)	TS
Daging lembu tempatan	52.0 (263)	29.1 (43)	26.9 (14)	0.001
Daging kerbau import	26.7 (135)	20.3 (30)	11.5 (6)	0.008
Ikan kembung hitam tempatan	32.0 (162)	29.7 (44)	19.2 (10)	TS
Telur gred A	48.4 (245)	49.3 (73)	48.1 (25)	TS
Kacang panjang	31.0 (157)	31.1 (46)	23.1 (12)	TS
Kobis bulat Indonesia	31.5 (159)	25.0 (37)	21.2 (11)	TS
Cili merah	36.69 (185)	39.9 (59)	21.1 (11)	0.038
Bawang merah kecil India	34.9 (176)	29.7 (44)	23.1 (12)	0.017
Ubi kentang Indonesia	32.4 (164)	29.1 (43)	21.2 (11)	0.031
Kelapa biji	39.1 (198)	39.2 (58)	34.6 (18)	TS

TS: Tidak Signifikan,  $p < 0.05$

**Jadual 6**  
**Responden yang Menjawab Dengan Betul Harga Siling**  
**yang Ditetapkan Berdasarkan Bangsa**

Item Barangan	Melayu n = 504% (n)	Cina n = 147% (n)	India n = 52% (n)	Signifikan
Ayam disembelih	23.0 (116)	32.0 (47)	19.2 (10)	0.050
Daging lembu tempatan	25.2 (127)	17.0 (25)	11.5 (6)	0.019
Daging kerbau import	13.0 (66)	15.0 (22)	9.6 (5)	TS
Ikan kembung hitam tempatan	11.8 (54)	13.9 (20)	7.7 (4)	TS
Telur gred A	15.4 (77)	26.0 (38)	19.2 (10)	0.001
Kacang panjang	12.7 (58)	19.4 (28)	9.6 (5)	TS
Kobis bulat Indonesia	13.1 (66)	17.0 (25)	3 (5.8)	TS
Cili merah	14.4 (66)	25.2 (36)	11.5 (6)	0.012
Bawang merah kecil India	11.0 (50)	17.4 (25)	7.7 (4)	TS
Ubi kentang Indonesia	15.2 (77)	17.7 (26)	13.5 (7)	TS
Kelapa biji	28.0 (127)	31.5 (45)	25.0 (13)	TS

TS: Tidak Signifikan,  $p < 0.05$

pengguna bandar dan pengguna luar bandar (Jadual 8). Perbezaan yang signifikan di antara tempat tinggal hanya untuk item cili merah ( $p = 0.015$ ).

Tidak banyak perbezaan dari segi jantina di mana untuk kedua-dua jantina menunjukkan peratusan yang tinggi untuk tiga item barangan iaitu ayam yang disembelih, telur

Jadual 7  
Responden Berdasarkan Tempat Tinggal yang Mengetahui Item Barangan  
Yang Mempunyai Harga Siling

Item Barangan	Bandar n = 384% (n)	Luar Bandar n = 334% (n)	Signifikan
Ayam disembelih	59.4 (228)	60.8 (203)	TS
Daging lembu tempatan	42.2 (162)	48.2 (161)	TS
Daging kerbau import	22.7 (87)	25.1 (84)	TS
Ikan kembung hitam tempatan	29.4 (113)	31.1 (104)	TS
Telur gred A	46.9 (180)	50.0 (167)	TS
Kacang panjang	28.9 (111)	31.4 (105)	TS
Kobis bulat Indonesia	25.3 (97)	32.6 (109)	0.031
Cili merah	37.1 (142)	34.1 (114)	TS
Bawang merah kecil India	29.8 (114)	35.0 (117)	TS
Ubi kentang Indonesia	27.3 (105)	33.5 (222)	TS
Kelapa biji	39.6 (152)	36.8 (123)	TS

TS: Tidak Signifikan,  $p < 0.05$

Jadual 8  
Responden yang Menjawab Dengan Betul Harga Siling  
yang Ditetapkan Berdasarkan Tempat Tinggal

Item Barangan	Bandar n = 381% (n)	Luar Bandar n = 334% (n)	Signifikan
Ayam disembelih	59.4 (228)	60.8 (203)	TS
Ayam disembelih	24.7 (94)	24.0 (80)	TS
Daging lembu tempatan	21.8 (83)	22.8 (76)	TS
Daging kerbau import	12.5 (48)	13.5 (45)	TS
Ikan kembung hitam tempatan	11.0 (40)	13.0 (29)	TS
Telur gred A	18.4 (70)	16.7 (55)	TS
Kacang panjang	13.4 (49)	13.7 (41)	TS
Kobis bulat Indonesia	13.4 (51)	13.0 (43)	TS
Cili merah	15.7 (57)	17.3 (52)	0.015
Bawang merah kecil India	9.1 (33)	15.3 (46)	TS
Ubi kentang Indonesia	14.1 (54)	16.8 (56)	TS
Kelapa biji	28.3 (108)	28.3 (85)	TS

TS: Tidak Signifikan,  $p < 0.05$

gred A dan daging lembu tempatan. Walau bagaimanapun responden perempuan lebih tinggi peratusannya bagi ketiga-tiga item

barangan tersebut dan item-item barangan yang lain mempunyai peratusan yang rendah sama ada lelaki atau perempuan (Jadual 9).



**Jadual 9**  
**Responden Berdasarkan Jantina yang Mengetahui**  
**Item Barangan Yang Mempunyai**  
**Harga Siling**

Item Barangan	Lelaki n = 372% (n)	Perempuan n = 347% (n)
Ayam disembelih	59.4 (221)	60.8 (211)
Daging lembu tempatan	44.1 (164)	46.1 (160)
Daging kerbau import	23.4 (87)	24.2 (84)
Ikan kembung hitam tempatan	30.8 (114)	30.0 (104)
Telur gred A	45.7 (202)	51.3 (178)
Kacang panjang	28.9 (111)	31.4 (105)
Kobis bulat Indonesia	29.8 (111)	27.7 (96)
Cili merah	35.5 (132)	36.1 (125)
Bawang merah kecil India	33.7 (125)	30.8 (107)
Ubi kentang Indonesia	31.2 (116)	29.4 (102)
Kelapa biji	35.8 (133)	41.2 (143)

**Jadual 10**  
**Responden yang Menjawab Dengan Betul Harga**  
**Siling yang Ditetapkan**  
**Berdasarkan Jantina**

Item Barangan	Lelaki n = 371% (n)	Perempuan n = 345% (n)
Ayam disembelih	22.6 (84)	26.1 (90)
Daging lembu tempatan	23.2 (86)	21.2 (73)
Daging kerbau import	12.4 (46)	13.6 (47)
Ikan kembung hitam tempatan	11.1 (38)	12.7 (41)
Telur gred A	16.7 (61)	18.6 (64)
Kacang panjang	11.7 (40)	15.7 (51)
Kobis bulat Indonesia	13.0 (48)	13.3 (46)
Cili merah	15.5 (53)	17.3 (56)
Bawang merah kecil India	12.3 (47)	11.5 (37)
Ubi kentang Indonesia	15.9 (59)	14.7 (51)
Kelapa biji	25.9 (88)	30.8 (99)

Dari segi mengetahui harga barangan pula, perempuan didapati lebih mengetahui harga siling yang sebenar bagi barangan seperti ayam, daging kerbau import, ikan kembung hitam, telur, kacang panjang, cili merah, dan kelapa. Walaubagaimanapun perbezaan peratusan antara perempuan dengan lelaki bagi setiap item tidak jauh berbeza kecuali item kelapa (Jadual 10).

## Kesimpulan

Ramai responden telah mengetahui isu penetapan harga siling oleh pihak kerajaan sempena hari perayaan. Hampir keseluruhan responden merasakan mengenai keperluan pihak kerajaan untuk menetapkan harga siling. Walau bagaimanapun masih terdapat penjual yang menjual barangan yang melebihi harga siling. Sikap pengguna juga menyumbang kepada permasalahan ini kerana masih ada yang membeli sekalipun telah mengetahui harganya melebihi harga siling.

Barangan yang diketahui ramai mempunyai harga siling adalah ayam disembelih, daging lembu tempatan dan telur gred A manakala item lain seperti ikan kembung hitam tempatan, kobis bulat Indonesia dan daging kerbau import kurang diketahui.

Secara keseluruhannya, pengguna mengetahui harga siling yang ditetapkan untuk barangan seperti kelapa biji, ayam disembelih, daging lembu tempatan dan telur gred A. Manakala ramai yang tidak mengetahui harga siling yang ditetapkan seperti bawang merah kecil India, ikan kembung hitam tempatan dan kacang panjang.

## Rujukan

- Hirshleifer, J. 1988. *Price Theory and Applications*. U.S.A.: Prentice Hall Int. Ed.
- Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna Malaysia & Majlis Hal Ehwal Pengguna (WP). 2002. *Buletin*

- Perlindungan Pengguna*. Kuala Lumpur: KPDNHEP.
- Malaysia 1995. *Laporan Penyiasatan Isirumah 1993/94*. Kuala Lumpur: Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Malaysia 2000. *Laporan Penyiasatan Isirumah 1998/99*. Kuala Lumpur: Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Malaysia 1996. *Rancangan Malaysia Ketujuh (1996-2000)*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Malaysia 1996. *Rancangan Malaysia Kelapan (2001-2005)*. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
- Mansor, J. dan Zulridah, M. N. 1998. "Inflasi dan Ukuran Kos Sara Hidup: Implikasi Terhadap Golongan Berpendapatan Rendah". *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*. 24-42.
- McEachern, W.A. 2000. *Economy, A Contemporary Issues*. U.S.A.: South Western College Pub.
- Samuelson, R. A. dan Nordhaus, N.D. 1992. *Economics*. U.S.A.: McGraw Hill Inc.
- Schiffman, L.G dan Leslie L.K. 2000. *Consumer Behaviour*. U.S.A.: Prentice Hall, Int.
- Unhl, J.N and Harold L. B. 1970. "Consumer Perception of Experimental Retail Food Price Changes". *Journal of Consumer Affairs*.