

Kita Masyarakat Yang Berhutang

Wawancara **Mingguan Malaysia**
bersama
Cik Indrani Thuraisingham
Ketua Pegawai Eksekutif FOMCA



ISBN 983-99757-7-3

Gabungan Persatuan-Persatuan
Pengguna-Pengguna Malaysia (FOMCA)
No. 1D-1, Bangunan SKPPK
Jalan SS9A/17
47300 Petaling Jaya
Selangor Darul Ehsan
MALAYSIA

© **FOMCA 2006**

Cetakan Pertama - Mac 2006

“KITA MASYARAKAT YANG BERHUTANG”

Mukadimah

KENAIKAN harga minyak sebanyak 30 sen pada 28 Februari 2006 lalu mencetuskan keresahan di kalangan orang ramai yang bimbang kesannya ke atas harga barang dan perkhidmatan yang akan ikut meningkat.

Sebagai sebuah pergerakan pengguna terbesar di negara ini, Gabungan Persatuan Pengguna Malaysia (FOMCA) juga bimbang dengan kesan domino daripada kenaikan harga bahan bakar itu. Tetapi pada masa yang sama ia mempunyai sedikit pandangan yang berbeza. Ia percaya bahawa inilah masa yang terbaik untuk para pengguna duduk merenung dan mengubah gaya hidup mereka.

“Kita mesti menentukan apakah makna hidup yang berkualiti. Kita jangan terikut-ikut dengan gaya hidup orang lain,” kata Ketua Pegawai Eksekutifnya, T. Indrani.

Indrani yang menyertai gerakan kepenggunaan sejak 10 tahun yang lalu merupakan wakil FOMCA dalam Lembaga Pengarah Eksekutif Consumer International yang berpejabat di London.

Dalam wawancara bersama NOORAZAM SHAIRI, Indrani tidak menolak kemungkinan kesan kenaikan 30 sen itu kepada kelompok pengguna berpendapatan rendah.

Tetapi pada masa yang sama, beliau mengingatkan tentang gaya hidup umum masyarakat yang banyak berhutang terutamanya kerana menggunakan kad kredit.

“Mahu tidak mahu, kita harus mengubah gaya hidup,” katanya.

Apakah pandangan FOMCA tentang kenaikan harga minyak ini?

INDRANI: Kenaikan 30 sen itu memang satu jumlah yang agak besar, berbanding sebelum ini. Sebagai pergerakan pengguna kami bimbangankan kesan dominonya kepada harga barangan dan perkhidmatan. Tetapi dari segi jangka panjang ini adalah sesuatu yang tidak dapat dielakkan.

Saya fikir memang ini masanya untuk pengguna menukar gaya hidup. Malah sejak kenaikan harga minyak dua tahun lalu pun inilah juga pandangan yang selalu ditekankan oleh FOMCA.

Apakah yang hendak ditukar?

INDRANI: Ada sesuatu yang tidak kena dengan cara kita menerima kemodenan, misalnya. Supaya dilihat tidak janggal daripada orang lain, kita kononnya harus menggunakan barangan dan perkhidmatan tertentu. Ini menjadikan kita berbelanja di luar kemampuan.

Sejak dua tahun yang lalu, kerajaan telah menjelaskan punca kenaikan harga minyak. Para pengguna harus sentiasa ingat bahawa minyak bukanlah sumber tenaga yang kekal selama-lamanya. Ia tidak boleh diganti. Suatu masa nanti telaga minyak kita akan kering. Bahawa dengan trend consumption seperti sekarang kita akan menjadi pengimport bersih dalam masa tidak sampai enam tahun adalah kenyataan yang sangat menakutkan.

Ini realiti yang sedang kita hadapi bukan saja oleh kita di negara ini tetapi di serata dunia.

Bagaimana kita boleh mengubah gaya hidup? Apakah kita ini ibarat ikan yang tidak tahu ia sebenarnya berenang dalam air?

INDRANI: Ada pengguna yang menyedari realiti ini tetapi mereka cuba jadi ikan dalam air. Mereka sengaja tidak mahu melihat realiti di sekeliling. Mereka mahu memakai blinker (tuntun mata). Mereka tidak mahu melihat jangka masa panjang sebaliknya hanya enjoy dan menikmati hidup.

Masalahnya kita tidak mahu memikirkan apa yang akan jadi 10 atau 20 tahun akan datang kerana apa yang kita tidak nampak kita tidak peduli. Saya berani kata bahawa pengguna kita tidak matang. Kita bukan saja tidak menabung malah sebaliknya banyak berhutang. Kita berbelanja secara kredit. Kita masyarakat yang berhutang.

Kenapa saudara kata begitu?

INDRANI: Biar saya berkongsi data-data ini yang kami kumpulkan daripada laporan akhbar. Pemegang kad kredit sehingga Disember 2005 ialah sebanyak 7.94 juta orang. Tahukah saudara berapa banyak yang dibelanjakan dengan menggunakan kad kredit sepanjang tahun lalu? RM37.2 bilion. Pendahuluan tunai daripada kad kredit pula sebanyak RM2.95 bilion.

Kenapa boleh jadi begini?

INDRANI: Terlalu senang sebenarnya untuk mendapatkan kad kredit, pendapatan minimum RM1,500 saja sudah memadai. Graduan yang baru bekerja pun sudah ada akses kepada kad kredit. Itu sebabnya laporan statistik menunjukkan bahawa semakin ramai golongan muda bankrap kerana kad kredit.

Dengan kad kredit, orang terus berbelanja tanpa memikirkan kedudukan kewangannya yang sebenar. Pendapatan dua atau tiga ribu sebulan bertambah lapan atau sepuluh ribu hanya kerana kad kredit. Tetapi orang terlupa bahawa mereka mesti membayar semula kepada bank setiap hujung bulan kerana jumlah yang perlu dibayar terlalu kecil daripada keseluruhan hutang.

Dalam keadaan ini, bolehkah orang mengubah gaya hidup?

INDRANI: Ini masa yang sangat sesuai untuk kita betul-betul melihat masalah ini. Kerajaan boleh bercakap tentang berjimat cermat dan menukar

gaya hidup tetapi semua itu tidak akan ada maknanya kalau bank-bank masih boleh menawarkan kad kredit dengan mudah kepada pengguna. Mereka tidak boleh dibiarkan terus menjual kad kredit dengan berleluasa.

Bank-bank yang menawarkan kad kredit harus juga memainkan peranan dalam hal ini. Kami sudah beberapa kali meminta...

Tidakkah ini sama seperti memujuk serigala jangan datang dekat dengan reban ayam?

INDRANI: (ketawa) Kami meminta supaya syarat ketat dikenakan kepada pemohon baru kad kredit. Kelayakan pendapatan minimum RM1,500 itu terlalu rendah. Malah lebih buruk lagi ada pihak yang menawarkan kad kredit percuma.

Pengguna juga boleh memiliki beberapa kad kredit pada satu-satu masa. Mereka juga boleh batalkan satu kad kredit dan berpindah ke kad kredit lain. Ruang untuk orang berhutang ini sangat menakutkan.

Soalnya apakah bank-bank ini peduli kalau pengguna berbelanja lebih daripada kemampuan mereka? Kalau kita mahu masyarakat mengubah cara hidup, kita harus juga meningkatkan syarat kelayakan untuk memiliki kad kredit.

Maksudnya antara cabaran untuk mengubah gaya hidup ialah kad kredit?

INDRANI: Asasnya ialah kita harus berbelanja dengan apa yang kita ada. Masalahnya kita hendak beli itu dan ini, buat itu dan ini walaupun kita tidak ada duit. Tetapi apa yang berlaku ialah walaupun tidak berduit, kita ada kad kredit. Kita berbelanja dengan duit yang kita tidak ada.

Kita harus kembali kepada budaya kewangan yang berasaskan tunai. Kad kredit bukan caranya lagi untuk berbelanja. Kad kredit tidak akan menukar

cara hidup masyarakat. Kita boleh meminta rakyat supaya mengawal perbelanjaan tetapi dengan kad kredit mereka mungkin ada RM15,000 untuk dibelanjakan dan hanya perlu membayar 15 peratus daripada hutang itu setiap bulan.

Apakah kad kredit punca orang tidak sedar tentang gaya hidup yang perlu ditukar?

INDRANI: Ya, satu daripada sebabnya. Bahayanya mereka akan terus berbelanja kerana kecenderungan untuk menggunakan kad kredit itu ada, apatah lagi ia boleh digunakan dengan meluas.

Orang misalnya boleh membawa pulang televisyen atau perabot dan diberitahu bahawa mereka hanya perlu membayar tidak sampai RM10 seminggu untuk tempoh 48 bulan. Siapa yang tidak mahu beli? Tetapi berapa ramai yang sedar bahawa mereka akan membayar beberapa kali ganda daripada harga tunai. Duit lebihan itu sepatutnya boleh mereka gunakan untuk hal-hal lain.

Apakah cara yang sepatutnya?

INDRANI: Jangan beli kalau tidak berduit. Cara terbaik ialah beli dengan tunai. Rumah dan kenderaan tidak mengapalah kerana harganya yang mahal tetapi soalnya kenapa harus beli perabot dan perkakas elektrik dengan hutang? Apabila tiba musim perayaan semua isi rumah hendak ditukar - langsir, kerusi meja dan sofa. Kenapa perlu tukar? Siapa kata mesti tukar setiap tahun?

Itu sebabnya kami selalu menekankan tentang kepentingan pendidikan pengguna kerana pengguna kita tidak cukup matang. Mereka kurang memahami kesan tindakan mereka semasa berbelanja. Mereka tidak memikirkan tentang masa depan. Kita beli, beli dan beli.

Orang menukar handphone apabila ada model terbaru di pasaran. Lihat saja berapa jumlah handphone yang ada untuk sebuah rumah. Lihat pula bagaimana penggunaannya terutamanya SMS untuk program realiti televisyen. Kita terikut-ikut dengan pengaruh yang dibentuk oleh iklan.

Iklan satu lagi agaknya cabaran untuk mengubah cara hidup?

INDRANI: Ya, sudah tentu. Iklan asalnya ialah untuk mempromosikan barangan atau perkhidmatan tetapi ia sekarang mempengaruhi kita membeli sesuatu yang tidak kita perlukan. Lihat saja iklan-iklan krim pemutih, perkhidmatan rebonding rambut dan menguruskan badan. Wanita digambarkan harus berkulit cerah, rambut lurus dan ramping barulah mereka diterima oleh masyarakat. Ini mitos. Siapa kata begitu?

Iklan juga mengajar kita bahawa untuk sejahtera dan gembira kita harus kelihatan seperti ini, makan makanan tertentu dan memakai pakaian tertentu. Sebuah keluarga yang gembira kononnya makan makanan segera. Kajian AC Nielsen tentang peratusan orang dewasa yang makan makanan segera menunjukkan Malaysia dengan jumlah 59 peratus duduk nombor dua di seluruh dunia di belakang Hong Kong (61 peratus).

Adakah ini dunia yang liar untuk pengguna?

INDRANI: Itu sebabnya pengguna harus matang dan diperkasakan. Program pendidikan ini harus berterusan dan sampai ke segenap peringkat masyarakat. Untuk tahun ini, FOMCA dengan kerjasama KPDNHEP akan menganjurkan bengkel membaca label makanan.

Tetapi apabila pengguna diingatkan tentang hal-hal seperti ini mereka ada jawapan yang pelbagai. Mereka sudah bijak.

Mereka rasa setelah penat bekerja mereka harus enjoy dengan pendapatan yang ada. Tidak ada salahnya tetapi berbelanjalah mengikut kemampuan dan bukannya berhutang.

Kita tidak perlu terikut-ikut dengan gaya hidup orang lain. Kita harus mengukur baju di badan sendiri. Kita mesti kembali kepada budaya setempat dan berpegang kepada jati diri. Kenapa misalnya harus bersarapan di restoran makanan segera atau minum kopi di kafe berjenama?

Itu sebabnya kita harus lebih giat mendidik dan memperkasakan pengguna. Inilah masanya. Ini bukan hanya tanggungjawab KPDNHEP tetapi kementerian-kementerian lain juga kerana kepenggunaan melibatkan semua perkara - alam sekitar, pengangkutan, telekomunikasi, air dan elektrik, dan sebagainya.

Bolehkah kita mengurangkan belanja tetapi masih menikmati hidup yang berkualiti?

INDRANI: Siapa kata tidak boleh? Apakah makna hidup yang berkualiti? Kalau hidup berkualiti bermakna menghabiskan masa bersama keluarga dan makan bersama, kita masih boleh masak dan makan di rumah - tidak semestinya makan di luar atau di restoran makanan segera.

Kita harus duduk memikirkan apakah makna hidup yang berkualiti. Ia berbeza antara seorang dengan seorang yang lain. Ia bergantung kepada nilai hidup kita. Kita tidak harus terpengaruh dengan gaya hidup yang ditonjolkan oleh iklan.

Pengguna juga harus merancang sebelum berbelanja. Kita tidak harus membeli mengikut gerak hati. Kalau kita gagal merancang, kita akan berbelanja di luar kemampuan.

Tetapi kenaikan harga minyak ini akan menjejaskan sektor pengguna tertentu terutamanya golongan berpendapatan rendah kerana kesan dominonya, bukan kerana mereka hidup di luar kemampuan tetapi kerana kos makanan yang tinggi. Kita masih lagi negara pengimport makanan.

Apakah jalan keluarnya?

INDRANI: Usaha kerajaan melancarkan semula rancangan buku hijau sangat kena pada masanya. FOMCA sudah beberapa tahun menekankan perkara ini. Kami mengalu-alukan usaha ini.

Kita negara yang tanahnya subur tetapi kadang-kala sedikit tanah yang ada itu kita gunakan untuk landscaping. Sesiapa yang ada sedikit tanah lapang di rumah boleh mengurangkan belanja dapur dengan menanam sendiri sayur-sayuran atau herba yang selalu digunakan untuk memasak. Air membasuh beras boleh digunakan untuk menyiram tanaman. Lebihan makanan pula boleh dijadikan baja.

Tetapi gesaan ini pernah disebut semasa krisis ekonomi 1997. Malah ketika itu ada kempen menanam sayur-sayuran secara hidroponik. Kita ini hangat-hangat tahi ayam agaknya.

INDRANI: Kita tidak perlu diingatkan tentang hal ini sebenarnya. Ia sepatutnya sudah menjadi sebahagian daripada hidup kita tetapi masalahnya pengguna kita tidak matang. Mungkin ini agaknya cara kita mengubah gaya hidup. Dahulu kita tanam sendiri, sekarang semuanya kita beli.

Tetapi kita harus fikir bahawa ini bukanlah gaya hidup yang mampan. Pengguna tidak boleh mengatakan bahawa gaya hidup mereka mampan kerana umumnya mereka hidup berhutang.

Saya tahu ada orang yang marah apabila kami cakap begini kerana kami kononnya tidak kisah dengan kenaikan harga minyak itu. Apa yang kami hendak tekankan ialah orang ramai tidak sedar corak perbelanjaan mereka.

Minggu Malaysia, 5 Mac 2006

RUANGAN PUSAT KHIDMAT ADUAN PENGGUNA NASIONAL (NCCC)



No. 1C-1, Bangunan SKPPK,
Jalan SS9A/17,
47300 Petaling Jaya, Selangor
Tel : 03-7877 9000
Faks : 03-7874 8097
Emel : nccc@eraconsumer.org
www.eraconsumer.org

ADIL ● PROFESIONAL ● BERKESAN

8 Hak Asas Kita

- Hak Untuk Mendapat Keselamatan
- Hak Untuk Mendapat Maklumat
- Hak Untuk Mendapat Kemudahan Asas
- Hak Untuk Menyuarakan Pendapat
- Hak Untuk Mendapat Gantirugi
- Hak Untuk Membuat Pilihan
- Hak Untuk Mendapatkan Pendidikan Pengguna
- Hak Untuk Mendapat Alam Sekitar Yang Sihat

Profil FOMCA

Gabungan Persatuan-Persatuan Pengguna-Pengguna Malaysia atau nama akronimnya, FOMCA merupakan sebuah organisasi bukan kerajaan yang bergerak secara sukarela dan tidak mencari keuntungan, bebas daripada isu-isu perkauman, keagamaan dan sebarang parti politik. FOMCA telah ditubuhkan pada 10hb Jun 1973 sebagai persatuan gabungan bagi beberapa persatuan-persatuan negeri pada masa itu. Kini FOMCA mempunyai 15 ahli gabungan di seluruh negara.

Objektif FOMCA adalah untuk menguatkan dan mengukuhkan pertubuhan pergerakan pengguna di Malaysia; meneliti isu-isu serta berjuang untuk hak-hak pengguna; berjuang melalui kuasa beli pengguna yang mengikut keperluan untuk pembangunan yang menjamin sosio ekonomi yang adil dan kualiti alam sekitar yang lebih baik; dan mengkoordinasi dan menjadi badan perunding bagi organisasi pengguna di Malaysia.

Untuk mencapai objektif tersebut, FOMCA menjalankan pelbagai program pendidikan kepenggunaan dan menerbitkan risalah untuk kesedaran pengguna; bertindak memberi perlindungan kepada pengguna di semua peringkat; menyebarkan maklumat kepada pengguna; dan mengkoordinasikan tindakan pengguna melalui kempen dan sebagainya.

Falsafah FOMCA adalah untuk mewujudkan suasana dan sifat berdikari di kalangan pengguna, dengan merealisasikan moto “Perlindungan Paling Berkesan Adalah Perlindungan Kendiri.”



Gabungan Persatuan-Persatuan Pengguna-Pengguna Malaysia (FOMCA)

No. 1D-1, Bangunan SKPPK, Jalan SS9A/17,
47300 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
Tel: 03-7876 2009, 7875 6370/62 Faks: 03-7877 1076
Emel: fomca@fomca.org.my atau fomca@po.jaring.my
Laman Web: www.fomca.org.my

ISBN 983-99757-7-3

