MEMAHAMI KEPENGGUNAAN

MOHD HAMDAN HJ. ADNAN

Penerbitan
FOMCA

MEMAHAMI KEPENGGUNAAN

MOHD HAMDAN HJ. ADNAN

Penerbitan

FOMCA

Diterbitkan oleh
GABUNGAN PERSATUAN PENGGUNA-PENGGUNA MALAYSIA (FOMCA)
No. 1D-1, Bangunan SKPPK
Jalan SS 9A/17
47300 Petaling Jaya
Selangor Darul Ehsan
Tel: 03-78762009

Gabungan Persatuan Pengguna-Pengguna Malaysia merupakan sebuah pertubuhan sukarela, yang tidak mementingkan keuntungan, tidak bersifat politik dan sebuah pertubuhan sivik yang memperjuangkan hak-hak dan kepentingan semua pengguna melalui penyelidikan, pendidikan dan kegiatan perwakilan.

Cetakan Pertama 2000

Perpustakaan Negara Malaysia Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Mohd. Hamdan Adnan
Memahami kepenggunaan / Mohd. Hamdan Hj. Adnan.
ISBN 983-40315-0-5
1. Consumer education.
2. Consumer protection.
3. Consumers
I. Gabungan Persatuan Pengguna-Pengguna Malaysia
II. Judul 381.33

Dicetak oleh:
Percetakan T.S. (M) Sdn. Bhd.
Hakcipta (c) Mohd Hamdan bin Haji Adnan

KANDUNGAN

PRAKATA		iv
PENGHARGAAN		x
1.	TAKRIFAN KEPENGGUNAAN	1
2.	KEPENGGUNAAN SEBAGAI PERGERAKAN SOSIAL	16
3.	KEPENGGUNAAN DI MALAYSIA SEBAGAI PERGERAKAN SOSIAL DAN KAJIAN KES	28
4.	SEJARAH KEPENGGUNAAN: LATAR BELAKANG	52
5.	KEPENGGUNAAN DI NEGARA SEDANG MEMBANGUN	73
6.	KEPENGGUNAAN DI PERINGKAT ANTARABANGSA	84
7.	MASA DEPAN KEPENGGUNAAN	94
8.	NOTA	102
9.	RUJUKAN	103
10.	LAMPIRAN	107

PRAKATA

Pergerakan pengguna adalah antara badan bertindak sosial sejagat yang begitu cepat perkembangannya. Kesedaran dan minat terhadap kepenggunaan dan pergerakan pengguna amat memberangsangkan, sama ada dari pihak kerajaan, industri, ahli akademik, pelajar dan para pengguna.

Minat dan penglibatan pihak kerajaan dapat dilihat dengan bertambahnya undang-undang dan aktiviti yang berkaitan dengan perlindungan pengguna. Menurut Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad, Perdana Menteri Malaysia ketika melancarkan Hari Pengguna Sedunia pada 15 Mac 1992 'Semua Rakyat Malaysia tanpa mengira kedudukan dalam masyarakat adalah pengguna yang menggunakan barangan atau perkhidmatan atau kurniaan semulajdi. Pengguna adalah asas sejak Kegiatan ekonomi. Justeru itu, Kerajaan telah menubuhkan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna. Kerajaan adalah "Committee" dalam menjaga kepentingan pengguna. Sambutan Hari Pengguna Sedunia pada 15 Mac ini mencerminkan Komitmen ini'.

Pada 1hb Oktober 1999, setelah hampir suku abad FOMCA dan persatuan-persatuan pengguna berjuang untuk mendapatkan suatu perundangan menyeluruh bagi kepentingan penggunaan baru terguballah Akta Perlindungan Pengguna 1999. Ucapan Y.B. Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna bagi pembentangan rang undang-undang Akta Perlindungan Pengguna 1999 mengakui bahawa "Perlindungan pengguna merupakan perkara yang penting bagi semua rakyat di negara ini kerana, tidak kira apa jua taraf seseorang dalam masyarakat, sama ada berpangkat tinggi atau rendah, kaya atau miskin, semuanya adalah pengguna. Pengguna mempunyai hak-hak yang harus dilindungi, dan sebahagian hak-hak itu boleh dilindung

melalui peruntukan-peruntukan undang-undang tertentu. Walaupun negara kita mempunyai lebih 30 undang-undang yang mempunyai unsur-unsur perlindungan pengguna tetapi tidak ada sebuah undang-undang yang menyeluruh dan spesifik bagi melindungi kepentingan pengguna. Oleh itu, Akta yang menyeluruh dan bertujuan untuk dicadangkan adalah suatu Akta yang menyeluruh dan bertujuan untuk mengadakan peruntukan bagi perlindungan pengguna, penubuhan Majlis Penasihat Pengguna Negara, dan Tribunal Tuntutan Pengguna, dan bagi perkara-perkara lain yang berkaitan dengannya. Ianya juga bertujuan melindungi pengguna dari amalan perdagangan yang tidak beretika dengan suatu kesalahan jenayah. Akta yang dicadangkan ini tidak bermaksud untuk menyekat perkembangan perdagangan di negara ini, bahkan akan mewujudkan suasana perdagangan yang sihat, dan mampu bersaing berasaskan amalan-amalan perdagangan yang beretika".

Pihak industri pula menunjukkan minat dengan cuba memperbaiki perkhidmatan perhubungan pelanggan mereka. Ini ditonjolkan melalui program tanggungjawab sosial yang dijalankan. Banyak polisi yang berguna untuk pengguna digubal dan dilaksanakan.

Namun, pergerakan pengguna masih belum yakin dengan kejujuran usaha-usaha pihak industri itu. Ini termasuklah aktiviti perlindungan alam sekitar, yang dilabelkan sebagai pembersihan hijau atau "*greenwash*" oleh syarikat antarabangsa dalam usaha untuk meningkatkan penguasaan mereka terhadap ekonomi dunia. Bagi mengekalkan dan memperkembangkan pasaran, mereka berlagak seolah-olah rakan kepada alam sekitar dan menjadi pemimpin dalam perjuangan membasmi kemiskinan. Namun, secara nalurinya, pergerakan pengguna masih menaruh harapan agar sektor perniagaan bersikap jujur dan telus dalam tindakan mereka, terutamanya yang berhubung dengan kebajikan pengguna.

Ahli akademik dan pelajar juga menunjukkan minat terhadap kepenggunaan. Universiti Putra Malaysia (UPM) misalnya mempunyai Jabatan Hal Ehwal Pengguna yang terletak dalam Fakulti Ekologi Manusia. Di Universiti Teknologi Mara (UiTM), Fakulti Sebaran Am semenjak tahun 1978 lagi telah menawarkan mata pelajaran Isu-Isu Pengguna dan Alam Sekitar. Begitu juga di Fakulti Pendidikan Universiti Malaya yang telah agak lama menawarkan kursus pendidikan pengguna dan sebagainya. Sekolah Psikologi dan Kerja Sosial, Universiti Malaysia Sabah turut menawarkan kursus Kepenggunaan dan Pemasaran.

Hal ini diperkuatkan lagi dengan bertambahnya bilangan pelajar yang membuat kajian dan kertas kerja berhubung dengan kepenggunaan. Ini terbukti dengan peningkatan jumlah pelajar yang menghubungi persatuan-persatuan pengguna untuk mendapatkan maklumat-maklumat tentang kajian mereka itu. Pusat-pusat sumber kecil persatuan-persatuan pengguna, termasuk Pusat Sumber NGO di FOMCA kerap dikunjungi oleh para pelajar yang membuat kajian tentang kepenggunaan. Penulis sering ditemuramah dalam banyak perkara termasuk tentang pergerakan pengguna. Malangnya, setelah membaca hasil kajian mereka yang diserahkan untuk simpanan penulis, didapati kebanyakan mereka tidak begitu memahami secara mendalam tentang kepenggunaan dan pergerakan pengguna. Mungkin hal ini disebabkan para pelajar tersebut melihat kepenggunaan dari perspektif yang agak berbeza berbanding dengan pemimpin-pemimpin pengguna sendiri. Oleh sebab itu mereka tidak begitu menghargai kerumitan yang dihadapi dalam memperjuangkan hal-hal kepenggunaan.

Dalam pada itu, universiti-universiti di Malaysia dan juga seberang laut dalam pelbagai disiplin, merangkumi komunikasi massa, pemasaran dan sosiologi telah menghantar para pelajar untuk menjalani latihan amali di persatuan-persatuan pengguna. Ini menunjukkan keyakinan mereka bahawa persatuan pengguna

berkemampuan untuk memberikan latihan dan pengalaman yang mencukupi untuk para pelajar mereka. Kami berharap para pelajar ini bukan sahaja telah mempelajari cara untuk menjadi seorang pengguna yang bijak, tetapi juga bersedia untuk memperjuangkan kepentingan pengguna apabila diperlukan kelak.

Begitu juga di maktab-maktab perguruan mempunyai aktiviti ko-kurikulum yang berkaitan dengan kepenggunaan. Sekolah-sekolah menengah di Malaysia digalakkan menubuhkan kelab-kelab pengguna. Para pelajar digalakkan membuat sesuatu projek khusus dengan menemuramah pemimpin pengguna tentang kegiatan dan pencapaian mereka.

Bagi pengguna biasa pula, mereka turut menunjukkan kesedaran dan minat terhadap kepenggunaan. Banyak aduan diterima tentang harga yang tidak berpatutan, kontrak yang berat sebelah, barangan dan perkhidmatan yang bermutu rendah, barangan keluaran yang tidak selamat, bayaran yuran dan tambang yang tidak munasabah, kerenah birokrasi dan sebagainya.

Media massa juga memberikan sokongan dengan liputan yang menggalakkan tentang isu-isu pengguna dan kepenggunaan. Malah media massa dikatakan menjadi mangkin kepada kelahiran dan perkembangan pesat pergerakan pengguna di Malaysia. Menurut Laporan Tahunan 1999 Persatuan Pengguna-Pengguna Selangor: "Pada masa itu dan sejak 1969, boleh dikatakan bahawa buat kali pertamanya wujud keprihatinan orang ramai pada tahap yang memuaskan terhadap pergerakan pengguna di Malaysia. Penghargaan harus diberikan kepada akhbar, radio dan televisyen Malaysia kerana memainkan peranan dalam melahirkan keprihatinan ini melalui liputan yang berkesan ke atas hal-hal pengguna. Keprihatinan ini merupakan satu permulaan yang signifikan, boleh dikatakan ia telah membentuk asas untuk organisasi pengguna yang kuat dan efektif di seluruh negara. Ia telah

mengutarakan bahawa pengguna mesti menerima nilai yang terbaik bagi wang yang dibelanjakannya, samada dalam membeli barangan komersial dan perkhidmatan atau melalui cukai, duti dan eksais dan levi yang membantu pentadbiran kerajaan dan perkhidmatan untuk pengguna.

"Radio 4 RTM, sebagai contoh, pernah mempunyai program khas dikenali sebagai "*The Consumerism Show*" dan TV1, RTM, pernah pada tiap-tiap pagi Jumaat mengadakan rancangan "Kita Pengguna" yang membincangkan tentang isu-isu pengguna dan panduan-panduan yang berfaedah bagi menjadi pengguna yang bijak. Malahan, nama "Kita Pengguna" itu diilhamkan oleh penulis sendiri. Segmen "Kita Pengguna" kini digantikan oleh segmen "Ingin Tahu" yang juga bercirikan kepenggunaan. Ini memandangkan bahawa pengguna perlu diberikan kesedaran bahawa rancangan tersebut adalah tentang mereka sendiri. Mereka mempunyai hak dan tanggungjawab sebagai seorang pengguna.

Penulis sering menjadi tetamu undangan dalam kedua-dua program tersebut. Setiap dua bulan sekali, penulis menjadi penceramah undangan untuk rancangan "*Moving On Two*" di TV2, RTM, bagi segmen "*The Week That Was*". Isu yang dibincangkan dipilih oleh penulis sendiri. Selain daripada itu, penulis mempunyai ruangan tetap di beberapa buah majalah. Di samping itu, penulis hampir setiap hari dihubungi oleh pihak media untuk mendapat pandangan berhubung dengan isu pengguna dan hal-hal yang berkaitan.

Biarpun bertambahnya minat dan liputan yang menyeluruh daripada media, keahlian persatuan pengguna masih pada tahap yang rendah. Ia dilihat sebagai "persatuan penumpang". Banyak faktor yang menyumbang kepada hal ini. Faktor yang paling utama ialah kurangnya kefahaman terhadap kepenggunaan dan seseorang itu masih mendapat manfaat tanpa perlu menjadi ahli persatuan pengguna.

Buku kecil ini diharapkan dapat memberikan kefahaman yang jelas tentang kepengunaan dan peranan persatuan pengguna. Ia membincangkan kepenggunaan dari perspektif tempatan dan sejagat serta sebab-sebab kepada perkembangan pesatnya. Ia juga memberikan sorotan kepenggunaan dari pandangan akademik, profesional, perniagaan dan aktivis pengguna.

Saya mendoakan agar dengan adanya kefahaman tentang kepenggunaan, lebih ramai pengguna akan terlibat dalam usaha untuk memperkukuhkan kepentingan pengguna dengan cara menjadi ahli persatuan pengguna.

Mohd Hamdan bin Haji Adnan
1 Januari 2000

PENGHARGAAN

Buku kecil ini ditujukan kepada mereka yang telah memberikan sumbangan kepada perkembangan pergerakan pengguna, terutamanya di Malaysia. Wawasan, dedikasi dan pengorbanan mereka telah menjadikan pergerakan pengguna bertapak kukuh di Malaysia. Dalam hal ini, saya ingin memberikan penghargaan yang tidak terhingga kepada semua bekas Presiden FOMCA, iaitu Presiden Pengasas Dato' Mohammad Sopiee, T.S. Gill, Bishan Singh dan Chua Kim Tee, serta setiap mantan Setiausaha Agung FOMCA: Mas Junid dan Michael Kenny.

Begitu juga, saya mengucapkan terima kasih kepada Setiausaha Agung sekarang, Marimuthu Nadason, Timbalan Setiausaha Agung Cik Indrani Thuraisingham dan semua kakitangan, sama ada yang pernah atau sedang bertugas di FOMCA di atas dedikasi mereka dalam memperkembangkan perlindungan pengguna di Malaysia.

Penghargaan juga buat Profesor Dato' Dr. Sothi Rachagan, Penasihat Undang-Undang FOMCA. Seterusnya saya turut terhutang budi kepada Paul Selvaraj, yang telah menjadikan saya seorang aktivis pengguna. Demikian kepada semua konsultan dan rakan-rakan FOMCA, di antaranya Puan Josie Fernandez, Dr. Thilla Chelliah, Dr Halimah Ahmad, Encik Ng Lean Choon dan sebagainya.

Tidak lupa juga kepada pelajar-pelajar saya yang pernah, sedang dan akan datang di Fakulti Sebaran Am, UiTM dan pusat pengajian tinggi lain.

Saya turut ingin mengambil kesempatan untuk memberikan penghargaan kepada Ibu saya Amrah, Nenek Demiyah (Emak), Kak Wah, Pak Ngah Harman, Datuk Yunus Beteh, Pak Rumpud dan Pak Anjang, yang telah meninggalkan saya buat selamanya tetapi telah memberikan sumbangan

yang begitu bermakna kepada perkembangan diri saya. Mereka sentiasa dalam ingatan dan kasih sayang saya.

Penghargaan saya kepada Nenek Demiyah ke atas ungkapan "Ting-ting telinga tikus, biar genting jangan putus" yang beliau sentiasa memperingati saya sehingga telah menjadi pedoman hidup saya.

Dalam bidang komunikasi ungkapan tersebut mengingatkan saya selagi ada komunikasi akan ada penyelesaian.

Dalam bidang kepenggunaan ia mengingatkan saya supaya menyimpan walaupun jumlah terkecil. Kita harus sediakan payung sebelum hujan atau biar paling sedikit pun yang kita ada, ia lebih baik daripada ketiadaan ataupun muflis.

Penghargaan yang tidak terhingga buat keluarga saya, terutamanya isteri saya, Nuraini Abdullah dan empat orang anak saya: Diana Demiyah, Muhamad Daniel, Dahiyah dan Dhabitah Tatiyana. Sokongan dan pengorbanan mereka amat saya hargai. Tanpa persefahaman anda semua, amat sukar bagi saya melibatkan diri dalam perjuangan pengguna.

Penulis turut mengucapkan penghargaan yang tidak terhingga kepada Encik Mohd Yusof Abdul Rahman kerana menterjemahkan buku ini ke dalam Bahasa Melayu.

Akhir sekali, buku kecil ini turut ditujukan kepada semua pengguna di Malaysia, agar mereka menjadi pengguna yang bijaksana.

FOMCA

BAB SATU
TAKRIFAN KEPENGGUNAAN

Istilah kepenggunaan, berasal daripada perkataan bahasa Inggeris "*consumerism*" yang membawa dua makna yang berbeza. Umpamanya, *Second College Edition, Webster's New World Dictionary* (1972) pertamanya mentakrifkan kepenggunaan sebagai amalan dan polisi melindungi pengguna dengan menyedarkan mereka terhadap barangan yang rosak dan tidak selamat, amalan perniagaan yang curang, iklan yang mengelirukan, pengabaian birokrasi dan sebagainya. Takrifan kedua pula, kepenggunaan adalah penggunaan makanan dan barangan. Ini menjelaskan bahawa makna perkataan kepenggunaan secara semulajadinya bersifat denotatif.

Perkataan kepenggunaan ini berasal daripada kata dasar "guna" yang turut menjadi kata dasar bagi istilah pengguna. Kamus *Webster* menakrifkannya seperti berikut: menggunakan; berbelanja secara boros; makan dan minum; gelojoh; menerima apa sahaja dan sebagainya.

Selanjutnya, *Webster's New World Dictionary* menakrifkan istilah pengguna sebagai "seseorang atau benda yang menggunakan; secara khususnya, seseorang yang membeli barangan dan menggunakan perkhidmatan untuk kegunaan sendiri, tidak untuk dijual semula atau menggunakannya bagi tujuan pengeluaran sesuatu barangan yang lain untuk dijual."

Akta Perlindungan Pengguna 1999 Malaysia menakrifkan pengguna sebagai orang perseorangan yang terlibat dengan pembelian barangan atau perkhidmatan untuk kegunaan sendiri. Akta ini tidak terpakai jika pembeli membeli barang-barang atau perkhidmatan untuk tujuan perniagaan. "Persatuan Pengguna-Pengguna Selangor dalam buku kemoratifnya" Selangor Consumers

Association, The First Five Years, 1965–1970 telah menakrifkan pengguna sebagai sesiapa sahaja yang berusia 15 tahun ke atas yang membeli barangan dan perkhidmatan bagi penggunaan peribadi *(For the SCA's purposes, a consumer is defined as any person aged 15 years or older who buys goods and services for personal consumption).*

Individu yang bergiat aktif dalam perlindungan pengguna menambah takrifan pengguna menurut dimensi yang berbeza iaitu dengan menyatakan bahawa bayi dalam kandungan juga adalah pengguna. Dengan perkataan lain, kita sebagai individu boleh menentukan kerjaya yang ingin dicapai, namun kita tidak boleh memilih untuk menjadi pengguna. Kita semua dilahirkan sebagai pengguna dan mati juga sebagai pengguna.

Selain itu, seseorang pengguna juga merujuk kepada sesiapa sahaja, yang dalam hal ini semua makhluk ciptaan Tuhan yang hidup dalam sesuatu persekitaran. Ini khususnya dengan pesatnya perkembangan kepenggunaan hijau. Ia merupakan suatu konsep kepenggunaan yang giat dalam mengusahakan alam sekitar yang bersih dan selamat, serta menggunakan sesuatu tabungan untuk memastikan barangan dan perkhidmatan yang mesra secara ekologinya. Kepenggunaan hijau ini diasaskan oleh kalangan pengguna daripada negara yang telah membangun dan bergiat di kalangan pengguna negara sedang membangun. Kepenggunaan hijau sanggup untuk mengeluarkan segala perbelanjaan dan sumber bagi memastikan barangan dan perkhidmatan yang dikeluarkan adalah bersifat mesra alam dalam setiap peringkat.

Bagaimanapun, menurut Anwar Fazal (1993), mantan Presiden *Consumer International*, pergerakan pengguna telah menderita akibat sikap mereka yang berpandangan sempit - mereka terlalu banyak bercakap tentang "nilai untuk wang". Mereka tidak banyak menyuarakan tentang "nilai untuk manusia" dan "nilai untuk ibu pertiwi". Persatuan

pengguna di Malaysia telah lama memperjuangkan nilai untuk manusia dan alam sekitar walaupun tujuan asal kewujudannya adalah bermotifkan nilai untuk wang sebagaimana persatuan-persatuan pengguna di negara maju.

Namun demikian, menurut Ellwood (1984, 5), bagi ahli akademik dan para penganalisa yang lain, perkataan pengguna sering digunakan bagi merujuk kepada sesuatu kesilapan pada bumi kita ini. Pengguna disifatkan sebagai sebuah mesin tanpa identiti yang berbentuk satu dimensi bertujuan untuk menyerap butir-butir kecil yang dikeluarkan tanpa henti-henti oleh pengangkut panggul industri moden. Istilah pengguna bukan sahaja bermaksud bahawa manusia sekadar pelakon dalam sistem pengeluaran barangan, tetapi juga menerima nilai yang dihasilkan oleh sistem itu sendiri.

Seorang ahli falsafah Amerika, Herbert Marcus, pernah menulis: "Manusia menilai diri mereka berdasarkan barangan yang dimiliki. Seluruh jiwa mereka dijuruskan kepada kenderaan, set hi-fi, rumah yang bertingkat-tingkat, kelengkapan dapur dan sebagainya. Mekanisme yang menjalinkan seseorang itu dengan masyarakatnya telah berubah dan kawalan sosial berdasarkan kepada keperluan baru yang telah dihasilkan itu."

Namun demikian, menurut Ellwood (1984, 5), yang memberikan pendapat dari perspektif aktivis pengguna: "Kelahiran pergerakan pengguna moden adalah hasil daripada kepercayaan bahawa orang ramai perlu bersatu di bawah satu kumpulan yang memperjuangkan maksud yang sama. Mereka bukannya berkongsi perbezaan yang wujud, tetapi untuk memperkukuhkan kebersamaan mereka itu. Pengguna perlu membetulkan semula tanggapan sempit mengenai istilah "pengguna" dalam sistem pasaran dan berusaha untuk mewujudkan masyarakat yang tahu tentang perasaan dan keperluan asas, di samping keinginan yang lain serta pengetahuan dan pengalaman tertentu.

Presiden Amerika Syarikat, John F Kennedy telah menakrifkan pengguna sebagai 'melibatkan kita semua...' Mereka adalah kumpulan ekonomi terbesar di dalam ekonomi, mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir setiap keputusan ekonomi sama ada awam mahupun swasta... Tetapi pandangan mereka sering tidak didengari oleh kumpulan penting ekonomi.

Presiden Kennedy telah memberi penakrifan pengguna ini semasa membentangkan usul perundangan bagi perlindungan pengguna kepada Kongres Amerika Syarikat pada 15 Mac 1962. Beliau adalah ketua negara pertama yang mengiktiraf bahawa kita sebagai pengguna mempunyai hak. Kennedy telah mengemukakan empat hak pengguna. Iaitu: hak mendapat keselamatan, hak mendapat penerangan, hak mendapat pilihan bagi pelbagai barangan dan perkhidmatan dengan harga yang patut dan hak mendapat pendengaran bagi menentukan kepentingan pengguna.

Consumer International telah menambah empat hak pengguna lagi. Iaitu: hak mendapat ganti rugi, hak mendapat keperluan asas, hak mendapat pendidikan pengguna dan hak mendapat alam sekitar yang sihat dan selamat.

Tanggal 15 Mac telah dipilih oleh Consumer International untuk meraikan Hari Hak Pengguna Sedunia, bagi memperingati hari yang pertama hak kita sebagai pengguna diiktirafkan oleh sesebuah negara. Hari Hak Pengguna Sedunia pertama kali diraikan pada 15 Mac 1983, dua dekad selepas Kennedy mengistiharkan hak-hak pengguna.

Pengistiharan hak-hak kita sebagai pengguna dan perayaan hari hak pengguna sedunia telah menjadi penjana pergerakan pengguna atau kepenggunaan di kebanyakan negara.

Satu kajian tentang kesusasteraan kepenggunaan dan pengajian kepenggunaan, mendedahkan bahawa ia mempunyai makna yang berbagai. Banyak yang berbentuk konotatif, sebahagian pula bersifat denotatif, sementara sebahagian yang lain pula mempunyai motif tertentu. Oleh sebab ia mempunyai banyak makna dan konotatif, maka adalah sesuai bagi menakrifkannya mengikut persekitarannya sendiri. Biasanya, ia berdasarkan kepada siapa yang menakrifkannya, bidang kepakaran dan minat, dan juga mengikut tempat dan masa.

Makna dan konotasi kepenggunaan sering berubah mengikut masa. Adalah dikatakan bahawa takrifan kepenggunaan diibaratkan seperti enam orang buta yang menerangkan tentang keadaan seekor gajah. Ia mungkin menjadi semakin sukar dan kompleks kerana boleh berubah berdasarkan tempat dan masa.

Sebagai contoh, terdapat sebahagian yang menyamakan kepenggunaan dengan seorang pegawai polis yang cuba untuk memecahkan kebuntuan dalam perselisihan keluarga, yang kemudiannya menjadi bahan sasaran bagi pasangan suami isteri itu atau sekurang-kurangnya turut terlibat di tengah-tengah perselisihan tersebut.

Satu pihak yang terlibat dalam penghujahan ini adalah mereka mempercayai hanya perlindungan pengguna diperlukan untuk mengatasi masalah persaingan dalam pasaran, dan perlindungan pengguna itu mencela sikap pengguna yang bersikap bebal, tidak berguna dan mudah terpedaya.

Pihak yang lain pula adalah mereka yang mempercayai kepenggunaan atau aktivis pengguna diperlukan untuk bertindak balas terhadap kekurangan persaingan dalam pasaran (Miller, 1981).

Ironisnya, istilah kepenggunaan adalah diilhamkan oleh jurucakap industri Amerika pada tahun 60-an (Lee and

Zelenak, 1982; Magnuson, 1972; Morse, 1981). Ini merupakan label yang digunakan bagi membangkitkan kesedaran pada diri pengguna. Motif bagi penglabelan ini bagi pihak industri Amerika adalah berdasarkan beberapa hubungan ahli falsafah atau konspirasi yang wujud dengan komunisme, sosialisme, fascisme dan beberapa isme lain di kalangan rakyat Amerika. Dengan menggunakan istilah konsumerisme, pihak industri Amerika berharap dapat menjadikan pergerakan pengguna yang aktif pada masa itu sebagai satu ancaman bahaya. Dengan demikian ia tidak mendapat sambutan daripada rakyat Amerika. Sebenarnya, ia merupakan satu manifestasi kepada ketakutan pihak industri Amerika terhadap pesatnya kesedaran pengguna pada peringkat awal perkembangan kepenggunaan.

Satu contoh lain yang menakrifkan kepenggunaan dari perspektif yang berlainan ialah apabila Pope John Paul II memperkecilkan kepenggunaan sebagai satu bentuk perhambaan diri. Menurut Mayer (1989), Pope John Paul II telah menggunakan istilah kepenggunaan dengan maksud untuk memperlekehkannya. Bagi Pope John Paul II, istilah kepenggunaan menunjukkan satu cara hidup yang menyokong "penggunaan lagak"[1] atau penampilan minat yang berlebihan atau keterlaluan terhadap barangan dan perkhidmatan, atau sikap materialisme yang tidak berfaedah.

Demikian juga, Vance Packard (1960), penulis buku klasik *The Hiden Persuaders* (Pemujuk Tersembunyi) membincangkan tentang iklan yang menunjukkan istilah kepenggunaan sebagai rakus, membazir dan penggunaan secara paksaan."

SM Ali, seorang wartawan Asia yang terkenal, juga merupakan penasihat komunikasi UNESCO, berkongsi sentimen negatif yang sama dalam menghuraikan kepenggunaan. Beliau mengatakan: "Dalam kebanyakan hal, nilai kemewahan bercampur baur dengan

kepenggunaan yang bebas, akan membinasakan kehidupan sosio-ekonomi sesebuah negara, terutama sekali bagi ibu negara seperti Kuala Lumpur dan Bangkok, yang menjadi mangsa kepada sistem perancangan perbandaran yang teruk. Manakala beberapa ibu negeri di Malaysia kekal dalam keadaannya yang lama, Kuala Lumpur menjadi seperti Bangkok yang disebabkan oleh kesilapan tersebut. Kepenggunaan terus berkembang dengan pembangunan seumpama ini, sehingga menyebabkan berlakunya perubahan kepada cara hidup (SM Ali, 1993).

Bagaimanapun, menurut Aaker dan Day (1974), istilah kepenggunaan menggambarkan pergerakan pengguna moden, yang dilancarkan pada pertengahan tahun 60-an, telah dicetuskan secara tidak langsung melalui buku Rachel Carson, *Silent Spring* (Musim Bunga Sepi)[2], dan secara langsung oleh satu kajian tentang keselamatan kenderaan oleh Ralph Nader dan usaha Presiden Amerika, John F. Kennedy yang memperkenalkan hak-hak pengguna. Ia meliputi perancangan aktiviti kerajaan, perniagaan, pertubuhan bebas dan pengguna yang prihatin dalam melindungi hak-hak pengguna. Ia melibatkan perancangan suatu pergerakan dinamik yang mengalami perkembangan serta pertukaran jurucakap dan isu yang pesat.

Kepenggunaan adalah berorientasikan tindakan. Oleh itu, ia lebih daripada sekadar analisa masalah, prinsipal atau teori. Secara tepat, ia adalah tindak balas orang ramai dan pertubuhan kepada masalah dan ketidakpuasan pengguna. Aktiviti mereka tidak terhad kepada aktivis pengguna sahaja. Menurut Aaker dan Day (1974): Sesungguhnya, kerajaan dan sektor perniagaan terlibat dalam pembangunan dan melaksanakan pembaharuan yang menjadi sebahagian kepada kepenggunaan hari ini. Kepenggunaan amat berkaitan dengan perlindungan pengguna oleh semua pertubuhan, yang saling berhubungan melaluinya."

Media massa, termasuk buku-buku seperti *Silent Spring* oleh Rachael Carson dan *Unsafe At Any Speed*[3] oleh Ralph Nader telah menjadi mangkin kepada perkembangan kepenggunaan atau pergerakan pengguna. Ia seterusnya mewujudkan penggunaan istilah yang memberi makna sebagaimana ia difahami sekarang ini.

Bagi rakyat biasa, satu kajian yang dibuat oleh Louis Harris dan rakan-rakan, yang ditaja oleh Sentry Insurance, terhadap rakyat awam Amerika pada akhir tahun 1976, menunjukkan 37 peratus daripada mereka yang diselidiki menganggap kepenggunaan selari dengan pemakaian, pembelian dan penggunaan barangan. Bagi kebanyakan mereka, istilah kepenggunaan mencadangkan terhadap minat yang berlebihan terhadap barangan, yang menyamai sikap materialisme atau kebendaan (Mayer, 1989). Namun, dalam kajian Sentry Insurance terhadap orang ramai, mereka beranggapan istilah pergerakan pengguna lebih hampir dengan aspek kepenggunaan pergerakan politik dan sosial. Dua pertiga daripada responden yang bergabung dengan pergerakan pengguna terlibat dengan pertubuhan dan individu yang berjuang untuk melindungi kepentingan pengguna (Mayer, 1989).

Sebaliknya, Leo Bogart (1966), bekas Naib Presiden Eksekutif dan Pengurus Besar Biro Periklanan, Persatuan Penerbit-Penerbit Akhbar Amerika melihat kepenggunaan sebagai daya tarikan kepada kekaburan yang berlaku di kalangan ahli pemasaran dalam menghuraikan pelbagai fenomena yang berbeza. Ia termasuklah:

(1) Evolusi jangka panjang yang lebih canggih dari masyarakat pembeli yang terpelajar;

(2) Sikap mencurigai yang wujud dalam masyarakat terhadap amalan perniagaan merupakan satu gambaran yang tidak sihat terhadap semua institusi yang sedia ada;

(3) Kegiatan terancang (dipimpin oleh mereka yang terlatih dan menjadi ikutan kepada para pelajar universiti) untuk membetulkan masalah kecacatan barangan dan dakwaan iklan;

(4) Peraturan yang dapat mempertingkatkan perlindungan pengguna serta tindakan yang tegas oleh agensi penguatkuasa undang-undang (Kelly, 1973).

R.H. Buskirk dan J.T. Rothe (1973) turut menakrifkan kepenggunaan menurut aspek ketidakpuasan pengguna terhadap aktiviti mereka. Mereka menakrifkan kepenggunaan sebagai:

"Satu usaha yang terancang oleh pengguna untuk mendapatkan gantirugi terhadap ketidakpuasan mereka bagi mencapai taraf hidup yang sempurna."

Sebelum itu, Peter Drucker (1969) seorang guru pengurusan menggelarkan kepenggunaan sebagai "sesuatu yang memalukan dalam pemasaran," yang bermaksud bahawa kewujudan pergerakan pengguna menandakan bahawa pihak syarikat sering didapati tidak melakukan pekerjaan mereka dengan baik sehingga dapat memberikan keyakinan dan kepuasan kepada keinginan pengguna.

Seterusnya Peter Drucker (1969) menerangkan perkembangan kepenggunaan menurut salah faham komunikasi yang berlaku di antara pengeluar dan pengguna:

"Kepenggunaan bermaksud pengguna memandang pengeluar sebagai mereka yang menaruh minat tetapi tidak tahu akan realiti pengguna. Mereka menganggap pengeluar sebagai tidak berusaha untuk memahami persekitaran pengguna. Kewajaran dalam ekonomi dan sosial terhadap kewujudan perniagaan yang memberikan keuntungan kepada pemegang saham adalah hasil

daripada komitmen mereka dalam memberikan layanan kepada pengguna. Sekiranya pengguna mendapati mereka tidak dianggap sebagai pelanggan tetap yang perlu diberikan layanan, tetapi sebagai sumber yang perlu digunakan, mereka akan mencurahkan rasa marah melalui gelagat pembelian dan pengundian."

Philip Kotler (1972) seorang guru pemasaran menakrifkan kepenggunaan sebagai "satu pergerakan sosial bagi mendapatkan hak dan kuasa pembeli dalam hubungannya dengan penjual." Kotler, bagaimanapun percaya bahawa kepenggunaan bukannya memberikan kesan buruk kepada pemasaran tetapi sebaliknya ia merupakan satu evolusi dalam menjelaskan lagi tentang pemasaran. Dengan yang demikian, Kotler mengatakan, "Kepenggunaan adalah suatu isyarat bagi mengubah semula konsep pemasaran." Konsep yang bermaksud bahawa dalam jangka panjang, kebajikan pengguna juga penting (Kotler, 1972).

Pakar komunikasi mendapati bahawa kepenggunaan merupakan cabaran kepada kerjaya mereka. Sebagai contoh, seorang pakar perhubungan awam, Edie Fraser (1976) percaya bahawa kewujudan kepenggunaan merupakan cabaran utama kepada profesion perhubungan awam." Malah ahli akademik perhubungan awam (Cutlip, Center, Broom, 1985) mengesyorkan "Kepenggunaan sebagai suatu keadaan krisis yang kronik. Penarikan balik barangan dan penubuhan badan penyiasat pengguna adalah satu kaedah pembetulan yang biasa."

Seterusnya, para profesional perhubungan awam telah sekian lama memberi amaran bahawa "kepenggunaan bertujuan untuk terus wujud, seterusnya akan mewujudkan krisis yang berpanjangan dengan ... para peniaga. (Darrow, 1972). Pakar perhubungan awam turut menasihatkan "Kepenggunaan telah mengajar kita bahawa masyarakat yang bermaklumat, terdidik, prihatin

dan saling mencurigai adalah sia-sia berbanding dengan sikap berterus terang perhubungan korporat, yang cuba memahami sikap pihak sasaran, dan keupayaan berkomunikasi untuk menimbulkan minat pengguna" (Gannon, 1973).

Industri periklanan juga merasakan kepenggunaan menyebabkan pengiklan dan agensi perlu memberikan perhatian yang lebih terhadap dakwaan barangan dan kualiti maklumat (Bovee dan Arens, 1986, 65). Sebagai contoh, pengguna mendesak bahawa sesuatu barangan hendaklah bukan sahaja berkeadaan sebagaimana yang diiklankan, tetapi juga memberi banyak maklumat barangan bagi membolehkan orang ramai membuat perbandingan dan seterusnya membuat keputusan pembelian yang bijak.

Kesan daripada pergerakan pengguna dan pesatnya tekanan bagi mewujudkan peraturan pengiklanan yang ketat menyebabkan wujudnya istilah baru: "kepenggunaan", atau suatu tindakan sosial yang bertujuan untuk memperkembangkan hak pembelian orang ramai. Semenjak itu, ia menjadi satu fakta yang jelas, bagi pihak pengiklan dan agensi: pengguna adalah berkuasa. Kepenggunaan menyebabkan bertambahnya para penggiat pengguna dan agensi penguatkuasa undang-undang. Ia juga meningkatkan lebih banyak penyelidikan pengguna oleh pengiklan, agensi dan media dalam usaha untuk mengetahui keinginan pengguna dan kaedah bagi memenuhi keinginan tersebut.

Banyak pengiklan yang bersetuju bahawa mewujudkan Jabatan Perhubungan Pelanggan dan pelaburan dalam mewujudkan imej yang baik akan memberikan pulangan dalam bentuk peningkatan perhubungan pelanggan dan jualan (Bovee dan Arens, 1986).

"Tidak mengejutkan," menurut Mayer 1989, "malah ahli sains sosial yang mengkaji kepenggunaan membuat

pelbagai tafsiran dan skop yang berbeza mengenainya. Walaupun wujud persetujuan umum bahawa kepenggunaan merangkumi satu tindakan yang bermatlamat dalam mempertingkatkan perlindungan hak-hak pembeli, ahli sains sosial tidak bersetuju apabila dikaitkan dengan skopnya. Kebanyakan penganalisa menghadkan kepenggunaan dalam urus niaga pasaran antara pembeli dan penjual; kebanyakan yang lain pula mendakwa bahawa kepenggunaan meliputi urus niaga pengguna dengan kerajaan, seperti dalam hal-hal perkhidmatan pembuangan sampah atau pendidikan (Forbes, 1985; Mayer, 1981; Maynes, 1979).

Perlu diingatkan selalu bahawa kepenggunaan bukanlah sekadar perbandingan harga dan keputusan pembelian. Taksiran ini terlalu sempit dan kita hanya mampu merungut kerana harga barang cukup mahal atau ianya cacat ataupun rosak.

Kepenggunaan perlu ditakrif secara menyeluruh. Ia harus meliputi fenomena dipelbagai dimensi. Iaitu, daripada perspektif yang bersifat kerohanian atau spiritual yang memberangsangkan kejujuran dan sudut psikologi yang menggalakkan pembelian bagi yang lemah. Maka diharapkan bahawa kepenggunaan akan memberi kuasa kepada perseorangan atau kumpulan untuk bertindak menentang semua bentuk penindasan di pasaran. Kepenggunaan turut melibatkan tanggungjawab. Oleh itu, hak-hak pengguna harus sentiasa disertai dengan tanggungjawab. Seterusnya, perkembangan fenomena pelbagai dimensi telah memperlihatkan arus pergerakan pengguna dalam tiga tahap. Dari konsep tradisi nilai untuk wang, kepenggunaan telah berkembang kepada nilai untuk kemanusian dan nilai untuk alam sekitar. Perkembangan kepenggunaan dengan kemajuan pesat pasaran yang kian kompleks memerlukan para pengguna dibekalkan dengan pengetahuan, kemahiran dan taktik tertentu untuk memainkan peranan mereka sebagai pengguna yang waras dan bertanggungjawab.

Tambahan pula, menurut Mayer (1989), kebanyakan pelajar yang membuat kajian terhadap pergerakan ini melihat ia sebagai alat untuk menambahkan tanggungjawab pengguna, bukan sekadar sebagai hak sahaja. Tanggungjawab-tanggungjawab ini termasuk membuat keputusan yang berdasarkan maklumat yang benar, membawa masalah barangan kepada pengeluar, menulis kepada pihak penggubal undang-undang supaya menyatakan sokongan terhadap akta yang berunsurkan kepenggunaan.

Kebanyakan pengkaji tabiat pengguna tidak melihat kepenggunaan sebagai satu teori perlakuan pengguna, tetapi sebagai sebuah pergerakan sosial yang prihatin terhadap kebajikan pengguna (McNeal dan Mc Daniel, 1982). Dengan demikian, McNeal dan McDaniel (1982) merasakan, "Kepenggunaan sebenarnya satu pergerakan sosial yang berkaitan dengan tingkah laku pengguna yang baik. Tetapi ia hanyalah sekadar pendapat sahaja, yang dalam banyak hal, secara teori, jika pengguna mempunyai pengetahuan yang baik, mereka dapat membuat pilihan yang memberikan manfaat kepada mereka dan mempertingkatkan minat mereka.

Pergerakan pengguna hari ini menggunakan slogan yang disuarakan dalam Perisytiharan Hak-Hak Penguna Mendiang Presiden John F. Kennedy. "Salah satu elemen dalam dokumen tersebut ialah hak pengguna untuk mengetahui. Lantaran itu, kebanyakan usaha kepenggunaan adalah bertujuan untuk melahirkan pengguna yang bermaklumat."

McNeal dan McDaniel (182) mencadangkan bahawa pernyataan ini berdasarkan teori yang dinyatakan oleh ahli sains tabiat manusia seperti Abraham Maslow, Henry Murray, David Berlyne dan Salvatore Maddi bahawa pengetahuan untuk mendapatkan maklumat adalah urusan pengguna yang utama. Sebagai tambahan kepada fungsi maklumat itu sendiri, pengetahuan

merupakan sesuatu yang penting bagi mencapai keperluan yang sepenuhnya. Oleh itu, salah satu asas penting media massa adalah untuk menyebarkan maklumat kepada pengguna.

Perubahan yang pesat ke atas pengguna terutamanya dalam persekitaran krisis menyebabkan mereka memerlukan maklumat yang mencukupi dan tepat agar dapat membuat keputusan yang terbaik bagi diri mereka dan yang paling penting untuk kehidupan mereka. Tanpa maklumat yang mencukupi dan tepat, pengguna akan mengalami kesukaran malah adakalanya membahayakan dalam membuat keputusan yang terbaik untuk diri dan keluarga mereka.

Pergerakan pengguna atau kepenggunaan memainkan peranan yang amat besar dalam memastikan pengguna diberikan hak dan maklumat yang mencukupi untuk menghidupkan budaya pengguna. Ia termasuk kecenderungan berbelanja boros atau gaya hidup yang tidak seimbang jika tidak mempunyai pendidikan dan maklumat yang mencukupi. Kepenggunaan perlu dibangunkan bagi menggalakkan keseimbangan dan kelestarian dalam cara hidup pengguna.

Pengguna dalam era teknologi maklumat perlu berkemampuan untuk menggunakan semua bentuk media dan teknologi komunikasi secara berkesan bagi memastikan maklumat yang ingin disampaikan, dapat diterima dengan kefahaman yang betul. Ini adalah penting kerana awal abad 21 ataupun 2000 dianggap sebagai era ekonomi rangkaian (network economy). Menurut Alvin Toffler dalam bukunya 'Future Shock' (1970) dalam ekonomi rangkaian pengeluaran dan penggunaan akan berpadu yang melahirkan suatu istilah baru yang digelar 'prosumer'. Ini idaman mereka. Pihak pengeluar pula harus mampu, 1. mencipta kehendak pengguna; 2. mengingati apa yang diingini pengguna; 3. meramal keinginan pengguna dan 4. mengubah keinginan pengguna.

Dalam ekonomi rangkaian turut diramalkan bahawa sesiapa yang memiliki pengguna terbijak akan lestari.

BAB DUA
KEPENGGUNAAN SEBAGAI PERGERAKAN SOSIAL

Kepelbagaian takrifan kepenggunaan bukan sahaja bergantung pada siapa yang menakrifkannya, tetapi juga dilihat sama ada kepenggunaan merupakan sebuah pergerakan sosial. Hal ini masih menjadi perkara yang diperbahaskan dan sensitif. Pada masa ini, tiada satu takrifan kepenggunaan yang diterima oleh semua pihak. Namun ia bukanlah satu kelemahan.

Pada umumnya perbahasan timbul tentang bagaimana sesuatu pergerakan sosial itu ditakrifkan. Sebagai contoh, Foss dan Larkin (1986, 2) menakrifkan pergerakan sosial sebagai "penglibatan yang pada satu tahap menggunakan tindakan fizikal atau kekerasan terhadap ahli kategori sosial yang lain, milik mereka, atau perantaraan organisasi atau campur tangan secara sementara ... dengan proses percambahan politik dan budaya masyarakat." Berdasarkan takrifan inilah kebanyakan ahli sosiologi bertanggapan kepenggunaan juga sebagai alat politik, inginkan perubahan secara mendadak dalam mencapai matlamatnya sehingga dilabelkan sebagai pergerakan sosial."

Dakwaan kepenggunaan sebagai pergerakan sosial juga dicabar dengan alasan bahawa ia tidak mempunyai tindakan besar-besaran yang mencukupi. Bagi seseorang yang mengambil pergerakan sivil dan buruh sebagai piawaian dalam menentukan status tersebut, kepenggunaan didapati kurang tersebar luas, terburu nafsu, dan bertindak secara spontan dalam meluahkan rasa tidak puas hati golongan pengguna di peringkat akar umbi (Mayer, 1989, 4). Umpamanya, bekas Pengerusi Suruhanjaya Perdagangan Persekutuan (FTC) Amerika, Michael Pertschuk (1982, 11) merujuk istilah desakan pengguna sebagai pergerakan pengguna kerana

"Sebahagian besar daripada usaha individu dalam mendapatkan undang-undang dan peraturan pengguna mempunyai kekurangan motivasi tenaga pergerakan politik yang sebenar."

Demikian juga Stanley Cohen, yang pernah membuat liputan tentang pergerakan pengguna dalam sebuah majalah perdagangan, Advertising Age, mengulas: "Kejayaan kepenggunaan bergantung pada tindakan pemujukan yang mereka miliki berbanding dengan kekuatan kuasa politik. Adalah baik sekiranya ia mempunyai kuasa rayuan daripada golongan atasan" (1982, 61). Keadaan ini amat jelas di Malaysia. Jumlah pengguna yang menjadi ahli persatuan pengguna di Malaysia tidak lebih daripada 20,000 berbanding dengan jumlah penduduk di negara ini kira-kira 20 juta.

Biarpun begitu, kepenggunaan, sama ada di negara membangun atau sedang membangun, masih layak dipanggil sebagai sebuah pergerakan menurut takrifan saintifik sosial bagi pergerakan sosial semasa. Ia menepati keperluan bahawa "tujuan dan cubaan sebilangan manusia secara kolektif bagi mengubah sikap individu atau institusi kemasyarakatan dan strukturnya" (Zald dan Ash, 1966, 328). Ia juga beroperasi "khususnya melalui strategi pemujukan dan ini amat bertentangan dengan sistem yang sedia ada" (Stewart, Smith, dan Denton, 1984,14).

Kepenggunaan boleh juga ditakrifkan sebagai pergerakan sosial yang rencam dan tersusun dalam usahanya untuk mempertingkatkan kesejahteraan ekonomi yang sihat dan kuasa politik pengguna. Takrifan ini membenarkan istilah kepenggunaan dan pergerakan pengguna digunakan secara bertukar ganti (Mayer, 1989, 5).

Pada April 1983, dalam kata-kata aluan penulis dalam buku yang diterbitkan oleh Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan, bertajuk "*The World We Live In - A Closer Look (A Consumer Education Handbook)* penulis

menyatakan kepenggunaan di Malaysia adalah sebuah pergerakan sosial yang inginkan kewujudan sebuah masyarakat yang adil. Penulis mencadangkan, apabila ramai yang sedar tentang keadaan kritikal yang berlaku, mereka akan menguatkan pergerakan pengguna dengan menyatupadukan usaha bagi memastikan hidup yang lebih berkualiti untuk semua orang. Kita memerlukan dunia yang dapat memberikan kehidupan yang sejahtera, lebih bersifat kemanusiaan. Namun ia tidak boleh dilakukan dalam masa semalaman sahaja. Jika kita mahukan ia berlaku, kita harus memulakannya sekarang juga. Kepenggunaan adalah pergerakan sosial yang berjuang ke arah dunia yang bersifat kemanusiaan (Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan, 1983, 1).

Berdasarkan konsep dan takrifan ini, kepenggunaan, walaupun secara realitinya mempunyai ikatan yang longgar di kalangan individu dan organisasi, yang mendapat sokongan berdasarkan tindakan moral yang keterlaluan serta keinginan kepada keadilan melebihi keperluan kepada sumber kewangan yang banyak (Mayer, 1989). Ini melayakkannya sebagai sebuah pergerakan sosial. Walaupun pergerakan pengguna di Malaysia kurang dari segi keahlian dan sumber kewangan yang kukuh, namun ia masih boleh dikategorikan sebagai sebuah pergerakan sosial. Ini memandangkan pergerakan konsumer terus aktif walaupun menghadapi pelbagai cabaran.

Tambahan pula, berdasarkan takrifan ini, kepenggunaan masih boleh dipertimbangkan sebagai pergerakan sosial biarpun pelbagai dakwaan yang mengatakan aktivis pengguna lebih prihatin kepada golongan kelas pertengahan, menerima kewujudan pasaran terancang, dan mewujudkan penampilan yang salah dalam memperkatakan tentang ketidakpuasan hati pengguna.

Di Malaysia, pergerakan pengguna walaupun agak mirip kepada kelas pertengahan dan berunsur pembandaran,

usaha yang gigih juga dibuat sejak awal 1980-an untuk mendekati golongan bawahan bukan sahaja di kawasan bandar, juga di kawasan luar bandar. Sebagai contoh, Persatuan Pengguna Pahang (PAC) agak berjaya dalam memberi maklumat, pendidikan, perkhidmatan dan menganjurkan hak-hak pengguna serta menjaga kebajikan di kalangan masyarakat kampung, terutama di kawasan skim-skim penempatan peneroka. Kerajaan negeri turut mengiktiraf sumbangan PAC dengan memperuntukannya bantuan kewangan tahunan. Demikian juga, Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan telah mewujudkan Jawatankuasa Perhubungan Daerah di beberapa buah daerah di Negeri Selangor.

Isu-isu yang dibawa oleh pergerakan pengguna di Malaysia secara umumnya lebih tertumpu kepada keperluan masyarakat golongan bawahan. Umpamannya, yuran keahlian tahunan yang dikenakan lebih rendah sehingga sampai ke peringkat jika ia mempunyai ahli yang ramai akan lebih membebankan untuk memberikan perkhidmatan yang lebih berkesan. Oleh yang demikian, pergerakan pengguna di Malaysia amat sesuai dikategorikan sebagai sebuah pergerakan sosial.

Satu lagi takrifan pergerakan pengguna yang boleh digunakan ialah oleh Rokiah Talib (1989), bekas Pengerusi Majlis Penasihat bagi Perlindungan Pengguna Kebangsaan, dan bekas Setiausaha Kehormat Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan. Beliau mencadangkan "kepenggunaan, sebagaimana yang difahami sekarang, pada asasnya sebuah pergerakan sosial yang prihatin terhadap nilai untuk manusia dan gaya hidup mereka; nilai untuk wang yang dibelanjakan oleh pengguna di pasaran. Ia adalah satu usaha terancang daripada masyarakat melalui aktiviti individu atau sekumpulan manusia untuk mendapatkan perlindungan pengguna."

Gurmit Singh K.S., seorang aktivis alam sekitar dan sosial yang terkenal pernah mengatakan bahawa pergerakan

pengguna merupakan sebuah kumpulan kepentingan masyarakat yang menjadi naungan kepada kumpulan pendesak. Menurut Gurmit (1990, 86), ciri asas yang menentukan kumpulan kepentingan umum berbanding kumpulan pendesak lain, ialah mereka tidak menuntut keuntungan material dan faedah yang lain secara langsung kepada ahli mereka. Ini mungkin mengurangkan usaha untuk mendapatkan keahlian daripada kalangan mereka yang mempunyai kepentingan peribadi. Hal ini juga menyebabkan persatuan pengguna sering menghadapi masalah mempunyai ahli yang hanya sekadar suka-suka sahaja.

Walaupun kepenggunaan dilabelkan sebagai pergerakan sosial, namun ia menghadapi kesukaran untuk mendapatkan sokongan atau mempunyai ahli yang ramai, biarpun dalam beberapa keadaan terdapat sejumlah besar anggota masyarakat yang membantah kenaikan inflasi dan beberapa penindasan perniagaan.

Bagaimanapun, sekiranya wujud persekitaran dan pendekatan kepenggunaan yang sesuai di Malaysia, penulis yakin sokongan masyarakat akan dapat diraih. Ini dapat dilihat daripada sokongan masyarakat terhadap kempen pengurangan kadar bayaran yang dikenakan oleh Indah Water Konsortium melalui kempen mengutip tandatangan yang dijalankan oleh FOMCA dan ahli gabungannya, terutama Persatuan Pengguna Perak. Dalam kempen ini FOMCA berjaya mengutip sejumlah sejuta tandatangan bagi membantah tindakan mengenakan kadar bayaran yang tinggi. Demikian juga sokongan terhadap usaha yang dilakukan oleh FOMCA semasa berlakunya krisis air di Selangor pada tahun 1998. Pada pertengahan tahun 1999, FOMCA sekali lagi mengadakan kempen mengutip tandatangan. Kali ini untuk mendapatkan sebanyak dua juta tandatangan bagi meminta kerajaan meluluskan Akta Perlindungan Pengguna.

Tan Boon Kean dan Bishan Singh (1994, 3) merasakan persatuan pengguna adalah sebuah pertubuhan sukarela bukan kerajaan. Ia ditubuhkan dengan tujuan untuk memberikan khidmat yang khusus atau sebagai organisasi khidmat masyarakat. Mereka juga melihat pergerakan pengguna sebagai pertubuhan yang berorientasikan pembangunan dan isu. Persatuan pengguna di Malaysia sentiasa peka terhadap isu pembangunan, terutama jika ia memberikan kesan buruk kepada pengguna yang lemah, seperti golongan miskin. Sebagai contoh, FOMCA telah mencadangkan konsep 'pasar tani' yang kemudiannya telah diterima pakai oleh FAMA (Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan) bagi membantu petani menjual hasil tanaman terus kepada pengguna. Dengan cara ini, harga jualan adalah berpatutan dan lebih murah. Dalam pada itu, ia memberikan pulangan yang lebih baik kepada para petani berbanding jika ia dijual kepada peraih (orang tengah). Walaupun terdapat aduan bahawa harga di pasar tani adalah lebih mahal jika dibandingkan dengan harga di pasar basah atau pasar malam, namun FOMCA berkeyakinan jika konsep ini dilaksana secara yang betul, ia akan berjaya bagi memastikan harga yang berpatutan bagi petani dan pengguna.

Untuk tujuan penulisan ini, kepenggunaan juga ditakrifkan sebagai pergerakan sosial yang bertujuan mempertingkatkan hak-hak dan perlindungan pengguna daripada mereka yang berniat untuk memburukkan kesejahteraan pengguna.

Ia juga merujuk kepada kegiatan kepenggunaan yang menuntut penghapusan barangan atau perkhidmatan yang tidak memberikan manfaat. Ia melihat misi pergerakan pengguna untuk mengutarakan ketidakseimbangan asas dalam masyarakat demi kepentingan pengguna, bagi mewujudkan masyarakat yang lebih bertanggungjawab terhadap keperluan dan kepentingan pengguna (IOCU, 1991). Secara khususnya ia

merujuk kepada semua kumpulan yang kewujudannya bermatlamatkan untuk memperbaiki dan melindungi kepentingan pengguna.

Menurut Anwar Fazal (1993, 10), kumpulan pengguna adalah berbeza dari segi saiz dan kemampuan mereka, namun mereka mempunyai semangat yang sama. Persatuan Pengguna Pulau Pinang merupakan sebuah pergerakan masyarakat yang bertaraf antarabangsa. Begitu juga terdapat beberapa persatuan yang telah menjalankan tanggungjawab mereka dengan baik, seperti persatuan pengguna di Selangor, Pahang dan ERA Consumer di Ipoh dan kini berpusat di negeri Selangor. FOMCA, atau Gabungan Persatuan-Persatuan Pengguna Malaysia menjalankan tugas penyelarasan dan penyeliaan yang berat. Dan jika dilihat kepada negara-negara dunia ketiga dan mengkaji aktiviti-aktiviti mereka dalam konteks ini, FOMCA agak berjaya dalam usahanya."

"FOMCA pada asalnya ditubuhkan oleh beberapa persatuan pengguna negeri bagi mengembangkan pengaruh mereka di peringkat kebangsaan dan mewakili kepentingan pengguna di peringkat kerajaan pusat. Sebelum FOMCA ditubuhkan, beberapa negeri mempunyai persatuan pengguna sendiri dengan matlamat untuk menerang serta mendidik pengguna tentang hak dan kebajikan mereka. Bagaimanapun, dalam usaha untuk mendapatkan hak perwakilan di peringkat kebangsaan, telah diputuskan di kalangan aktivis pengguna agar sebuah persekutuan perlu ditubuhkan - ini membawa kepada penubuhan FOMCA pada tahun 1973. Jika dilihat daripada pertubuhan bukan kerajaan yang bercorak pembangunan, FOMCA mempunyai hubungan yang rapat dengan kerajaan." (Tan Book Kean dan Bishan Singh, 1994, 18). Demikian juga FOMCA mempunyai hubungan yang amat baik dengan pihak media dan industri. Mereka bersedia untuk memberikan kerjasama demi untuk kepentingan pengguna.

Penulisan ini juga melihat peranan yang dimainkan oleh kerajaan, media massa dan pihak industri dalam usaha untuk memperbaiki kebajikan pengguna. Walau bagaimanapun aktivis pengguna tidak gemar jika istilah pengguna digunakan sebagai merujuk kepada kelemahan, ketidakupayaan, sikap pasif pengguna atau ketidakmampuan pengguna untuk melindungi kepentingan mereka sendiri. Aktivis pengguna percaya para pengguna boleh digembeling untuk terlibat secara aktif.

Oleh yang demikian, penulis memberikan takrifan tambahan iaitu kepenggunaan adalah pergerakan sosial masyarakat dan kerajaan bagi mempertingkatkan hak dan kuasa pembeli dalam hubungan mereka dengan penjual. Di Malaysia, kerajaan telah lama memainkan peranan aktif dalam perlindungan pengguna. Ini khususnya dengan penubuhan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna pada tahun 1990, yang antara lain tugasnya memberikan tumpuan yang khusus terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepenggunaan.

Menurut Anwar Fazal lagi (1993, 9) negara kita adalah salah sebuah negara yang mempunyai sebuah kementerian yang khusus untuk hal ehwal pengguna. Kerajaan Malaysia memang mengambil sikap yang serius dalam melindungi pengguna. Selain kementerian, kerajaan juga telah mewujudkan satu rangka kerja bagi penubuhan Majlis Hal Ehwal Pengguna di peringkat kebangsaan, negeri dan daerah. Di peringkat persekutuan, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna telah menubuhkan Majlis Perlindungan Pengguna. Keahliannya terdiri daripada ahli majlis kerajaan negeri yang mempengerusikan majlis hal ehwal pengguna negeri dan aktivis pengguna yang terkemuka. Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna sendiri mempengerusikan majlis ini dan penulis menduduki majlis tersebut bagi mewakili FOMCA dan beberapa persatuan pengguna.

Persatuan pengguna ingin melihat kementerian bersikap lebih cergas dan berkesan. Namun Kementerian turut menghadapi masalah kerana kurangnya undang-undang di bawah bidang kuasanya. Keadaan menjadi semakin buruk apabila kementerian juga tidak mempunyai pegawai penguatkuasa yang mencukupi bagi memastikan peraturan di bawah bidang kuasanya dipatuhi. Ini terutamanya di peringkat luar bandar yang golongan pengguna adalah miskin, kurang pengetahuan dan lebih lemah dalam menghadapi sebarang bentuk penindasan. Tahun 1999 adalah bertuah bagi kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna. Dalam tahun ini perjuangan FOMCA untuk mendapatkan Akta Perlindungan Pengguna akhirnya berjaya selepas menuntutnya lebih kurang suku abad. Kementerian juga telah memperolehi penambahan pegawai penguatkuasa dan membuka beberapa cawangan baru.

Ramai ahli akademik dan pelajar yang membuat kajian tentang kepenggunaan sering membuat kesimpulan bahawa pergerakan pengguna akan menjadi lemah jika agensi kerajaan terlibat secara langsung dan aktif dalam perlindungan pengguna. Tanggapan ini sebenarnya silap.

Persatuan pengguna di Malaysia secara umumnya memainkan peranan sebagai badan sokongan dalam melindungi hak pengguna dan bukannya bersikap konfrontasi. FOMCA dan ahli gabungannya, sebagai contoh, percaya mereka dapat bertindak dengan lebih berkesan jika bekerjasama dengan agensi kerajaan yang berkaitan. Kerjasama tersebut bukan bermakna pergerakan pengguna boleh dipergunakan oleh pihak kerajaan atau bersikap pro kerajaan. Apa yang penting ialah walau apapun tindakan yang diambil, ia mestilah yang terbaik untuk kepentingan pengguna.

Di samping itu, sikap ini bukan bermaksud persatuan pengguna tidak boleh mengkritik jika mendapati agensi kerajaan bersikap tidak memberikan layanan atau cuai.

Dengan bersikap berterus terang, tegas dan kadang kala bersikap riuh rendah, persatuan pengguna sering mendapati mereka dilabel sebagai anti kerajaan. Sebenarnya, persatuan pengguna membantu agensi kerajaan dan orang ramai dengan menyediakan maklum balas secara yang jujur serta memberi makluman yang membina.

Sebagaimana yang disentuh oleh Tan Boon Kean dan Bishan Singh (1994, 19): "Kerajaan mendapati FOMCA dan ahli gabungannya bersikap terbuka, iaitu sedia menerima keunggulan kerajaan dalam membuat keputusan dan bekerja dalam lingkungan undang-undang tanpa menimbulkan konfrontasi. FOMCA menyediakan maklum balas yang berguna untuk kerajaan dalam membuat keputusan."

FOMCA juga dilantik menjadi ahli dalam pelbagai majlis seperti Majlis Perunding Ekonomi Negara (MAPEN) yang membuat keputusan tentang masa depan Dasar Ekonomi Negara selepas tahun 1990. Penulis sebagai Presiden FOMCA dilantik oleh Perdana Menteri menganggotai Majlis tersebut bagi mewakili para pengguna Malaysia. Pengarah Penyelidik Persatuan Pengguna Pulau Pinang, Martin Khor turut dilantik menganggotai majlis tersebut atas dasar seorang individu pakar.

Presiden FOMCA turut dilantik sebagai ahli MAPEN II. Ianya ditubuhkan sebagai satu forum rasmi yang memberi peluang kepada semua rakyat untuk mengemukakan pandangan mengenai pencapaian Dasar Pembangunan Nasional (DPN) dan seterusnya memperakukan dasar baru selepas tahun 2000.

Presiden FOMCA juga dilantik oleh Perdana Menteri sebagai ahli Majlis Tindakan Ekonomi Negara (MTEN) bermula pada 20 Januari 1998 sehingga keadaan ekonomi pulih. Penubuhan MTEN adalah hasil daripada kegawatan ekonomi yang melanda rantau Asia Tenggara dengan

kejatuhan mata wang dan harga saham bermula pada Julai 1997.

MTEN dianggotai oleh Menteri Kanan Kabinet dan pemimpin pertubuhan bukan kerajaan yang berpengaruh serta dipengerusikan sendiri oleh Perdana Menteri. Tugas utama MTEN adalah untuk mencari jalan penyelesaian bagi menyelesaikan kegawatan ekonomi yang melanda Malaysia.

Presiden FOMCA juga dilantik oleh Perdana Menteri sebagai ahli Majlis Teknologi Maklumat Negara (NITC). Seterusnya, beliau dilantik sebagai Pengerusi Alternatif kepada Ketua Setiausaha Negara bagi Jawatankuasa "E-Public Service". Ini merupakan satu usaha untuk memesrakan agensi-agensi awam dengan orang ramai. Juga, Presiden FOMCA turut dilantik sebagai Ahli Lembaga Jemaah Majlis Pembangunan Ekonomi Islam (YPEIM).

Perlantikan FOMCA dilihat sebagai pengiktirafan kerajaan terhadap peranan yang dimainkannya dalam pembangunan negara, terutama yang berkaitan dengan kepentingan pengguna.

Namun, terdapat juga mereka yang mencurigai kebebasan FOMCA yang akan bersikap mudah bertolak ansur dengan perlantikan-perlantikan tersebut. Pelbagai komen mengenai FOMCA terutama tentang krisis air yang melanda negara, khususnya di Selangor dan Wilayah Persekutuan mengenepikan kecurigaan bahawa kebebasan FOMCA telah tergugat.

Malah, di Malaysia, walaupun kerajaan memberikan peruntukan kepada FOMCA (sehingga tahun 1998) dan persatuan pengguna negeri kecuali Persatuan Pengguna Pulau Pinang (CAP), namun mereka belum lagi berusaha untuk mengenakan tekanan terhadap pergerakan tersebut. Pergerakan pengguna di Malaysia diberi kebebasan untuk menyuarakan rasa tidak puas hati dan

membuat aduan.

FOMCA menolak bantuan kewangan kerajaan bagi tahun 1999. Ini adalah bagi meningkatkan kebebasannya. Penolakan bantuan kewangan ini mendapat sokongan besar rakyat dan kumpulan bukan kerajaan lain termasuk Consumer International dan CAP. Bagaimanapun, untuk terus wujud FOMCA perlu bijak cari wang dan isu supaya sentiasa di mata ramai. Tidak dapat dinafikan untuk bebas bersuara demi kepentingan pengguna pergerakan pengguna perlu pandai mencari sumber kewangan yang lain dan tidak boleh bergantung sangat kepada mana-mana pihak, termasuk kerajaan.

BAB TIGA
KEPENGGUNAAN DI MALAYSIA SEBAGAI PERGERAKAN SOSIAL

Persoalan sama ada kepenggunaan di Malaysia layak untuk dipertimbangkan sebagai pergerakan sosial masih dalam perbahasan. Malah perbahasan ini juga timbul di Amerika Syarikat yang beranggapan bahawa pergerakan pengguna wujud sebagai badan yang tersusun dan bebas mula ditubuhkan pada tahun 1930-an.

Menurut Mayer (1989), tanpa mengambil kira sebarang takrifannya, terdapat perbahasan sama ada kepenggunaan adalah benar-benar sebuah pergerakan sosial. Beliau menjelaskan bahawa beberapa ahli sosiologi berpendapat kepenggunaan agak bersifat kepartian, terlalu inginkan pembaharuan dalam mencapai matlamat politiknya. Ini terutamanya apabila sesebuah pergerakan sosial dimaksudkan sebagai terlibat dalam beberapa hal yang berkaitan dengan penggunaan kekuatan fizikal atau kekerasan terhadap ahli kepada kategori sosial yang lain, milik atau peralatan organisasinya atau campur tangan secara sementara dengan percambahan politik dan budaya masyarakat (Foss dan Larkin, 1986).

Di Malaysia, pergerakan pengguna yang mewakili beberapa persatuan pengguna belum lagi terlibat dengan tindakan yang drastik. Tetapi terdapat beberapa keadaan yang pemimpin pengguna yang terlibat dalam demonstrasi terhadap ketidakadilan tindakan pengusiran yang dilakukan terhadap setinggan, kumpulan yang cuba menghalang penebangan pokok di beberapa kawasan dan sebagainya. Umpamanya beberapa orang pegawai FOMCA dan sukarelawannya telah diganggu oleh polis kerana terlibat dengan demonstrasi aman membantah pembinaan Empangan Bakun. Beberapa orang pegawai CAP tidak dibenarkan memasuki Sarawak kerana isu

kontroversi Empangan Bakun, selain daripada isu pembalakan haram yang melibatkan kaum penan.

Perlu juga dinyatakan, pada tahun 1996, FOMCA dan ahli gabungannya, terutamanya Persatuan Pengguna Perak atau PCA, begitu berjaya dalam menggembeling tenaga para pengguna bagi membantah kadar bayaran yang tidak munasabah oleh Indah Water Konsortium sehingga memaksa pihak kerajaan mengkaji semula kadar bayaran tersebut. Ia telah berhasil mengutip tandatangan sebanyak sejuta orang. Usaha ini diselenggarakan oleh Timbalan Presiden FOMCA, Abdul Rahman Said Ali. Juga, pada tahun 1997, FOMCA memainkan peranan dalam usaha menyelamatkan Bukit Larut di Taiping daripada pembangunan secara keterlaluan sehingga memberikan kesan hakisan terhadap tebingnya. Dalam usaha ini, FOMCA diwakili oleh Setiausaha Agungnya, Marimuthu Nadason.

Sementara itu, pada tahun 1998, Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan dan FOMCA pula mendapat sokongan ramai apabila bercadang mendakwa kerajaan Selangor ke mahkamah kerana gagal membekal air dengan cekap ketika krisis air melanda negeri tersebut.

Pemimpin pengguna secara peribadi mungkin akan terlibat dengan keadaan seperti ini pada masa hadapan. Kemungkinan ini berdasarkan personaliti pemimpin pengguna yang secara umumnya terlibat dengan kepenggunaan kerana keyakinan kuat untuk melihat keadilan dilaksanakan, di samping sifat idealisme mereka.

Terdapat juga ahli sosiologi yang berpendapat kepenggunaan bukannya pergerakan sosial kerana ia bukanlah sebuah pergerakan massa. Ini bermaksud bahawa pergerakan pengguna tidak mempunyai karektor mengikut tindakan jelata dan penglibatan secara menyeluruh. Umpamanya, jika dibandingkan dengan

pergerakan sivil dan hak asasi manusia serta buruh, kepenggunaan tidak mempunyai tindakan jelata yang mencukupi.

Kepenggunaan juga didapati kurang tersebar luas, malah bersikap terburu-buru dan spontan dalam meluahkan perasaan tidak puas hati pengguna di peringkat akar umbi. Sebagai contoh, bekas Pengerusi FTC, Michael Pertchuk (1982) memilih istilah 'dorongan pengguna' berbanding istilah 'pergerakan pengguna' kerana 'keseluruhan pertaruhan individu dalam menuntut undang-undang dan peraturan pengguna mengalami kekurangan dari segi tenaga motivasi dalam pergerakan politik yang sebenarnya.'

Sebaliknya, potensi bagi kepenggunaan untuk menjadi sebuah pergerakan massa sentiasa wujud. Sejarah membuktikan jika sesuatu keadaan itu menjadi buruk, masyarakat keseluruhannya dapat dikerah untuk mengambil tindakan yang perlu bagi melindungi kepentingan mereka sebagai pengguna. Contohnya masyarakat pada bila-bila masa sahaja akan bertindak terhadap harga barangan keperluan yang tidak munasabah dan barangan yang tidak berkualiti. Dilaporkan bahawa Empayar Rom hampir musnah kerana kos sara hidup yang terlalu tinggi dan Maharaja Diocletian terpaksa mengenakan dasar kawalan harga bagi barang keperluan tertentu untuk menyelamatkan pemerintahannya daripada diguling oleh rakyat. "Kita sendiri telah melihat bagaimana setiap tamadun yang sama keadaannya seperti 'batu penggiling' wanita yang berarak di jalan raya bagi menuntut harga barang yang patut dan semasa berlakunya kekurangan makanan" (Anwar Fazal, 1977).

Pertembungan berterusan adalah untuk mendapatkan barangan yang selamat dan amalan perniagaan yang bertanggungjawab. Penindasan yang berleluasa terhadap pengguna menyebabkan lahirnya pergerakan pengguna

yang tersusun. Pada tahun 1960, sebuah badan dunia iaitu Pertubuhan Antarabangsa Kesatuan Pengguna (IOCU) dan sekarang dikenali sebagai *Consumer International* (CI) telah ditubuhkan (Anwar Fazal, 1993).

Dengan wujudnya persatuan pengguna secara praktisnya sekarang ini di seluruh dunia, yang semakin tersusun organisasinya, maka kemungkinan ia menjadi sebuah pergerakan massa sentiasa ada. Dengan penggunaan internet dan media interaktif lain secara berkesan, pergerakan pengguna akan lebih mudah untuk berubah menjadi pergerakan massa.

Tambahan pula, dengan pengaruh media massa menjadi semakin meresap dan memberikan liputan yang meluas terhadap isu kepenggunaan dan kumpulan pengguna, peluang sentiasa ada bagi kepenggunaan muncul sebagai pergerakan massa. Pada masa ini, jarang sekali media massa yang tidak membuat liputan tentang isu pengguna atau mengambil petikan kata-kata daripada pemimpin pengguna. Penulis secara purata sekurang-kurangnya menerima tiga panggilan sehari daripada media meminta komen atau pendapat tentang pelbagai isu.

Sebahagian ahli sosiologi beranggapan secara umumnya keahlian persatuan pengguna terlalu sedikit untuk dipertimbangkan sebagai pergerakan sosial, atau lebih tepat disebut sebagai pergerakan massa. Lagipun terdapat kecenderungan di kalangan penguna untuk mengambil kesempatan daripada kewujudan pergerakan pengguna. Seseorang mungkin beranggapan bahawa pergerakan pengguna mempunyai sumber kewangan yang banyak, disusun secara rapi dan bebas daripada pembahagian dalaman dan keraguan. Oleh sebab itu mereka sering tertanya-tanya mengapa ia tidak dapat melakukan sesuatu lebih daripada apa yang telah dilakukan (Mayer, 1989). Salah satu alasan penting bagi menerangkan keadaan ini ialah persatuan pengguna

sering mendapat liputan media bagi isu yang diperjuangkan dan aktiviti yang dijalankan.

Liputan meluas media massa terhadap kepenggunaan tidak boleh dikatakan sebagai di luar jangkaan atau tidak berasas. Ini disebabkan setiap aktiviti yang dijalankan oleh pergerakan pengguna adalah berkaitan dengan kepentingan dan kebajikan umum. Oleh sebab itu ia mempunyai nilai berita. Memandangkan aktiviti pergerakan pengguna berguna untuk orang ramai, bertujuan untuk melindungi kepentingan umum, maka media massa mengambil kesempatan membuat liputan sedemikian rupa adalah sebagai bahan untuk melariskan akhbar.

Tidak benar jika dikatakan media massa memberikan layanan yang baik terhadap pergerakan pengguna berdasarkan liputan berita yang meluas itu. Media massa adalah berfungsi sebagai penggembeling sosial dan perancang agenda. Juga, oleh sebab berita tentang pengguna memberikan manfaat kepada pengguna, ia membantu media massa meningkatkan pembaca dan sasarannya. Namun begitu pergerakan pengguna di Malaysia menghargai sokongan yang diberikan oleh media massa di Malaysia. Malah beberapa persatuan pengguna di Malaysia memberikan anugerah khas kepada wartawan yang memberikan sumbangan dalam bentuk liputan berita tentang isu pengguna dan alam sekitar.

Sebagaimana yang dilaporkan oleh Syed Arabi Idid (1989, 54), di Malaysia, media massa secara sukarela terlibat dalam kempen untuk mencapai kemerdekaan, menggalakkan perpaduan negara, kebudayaan negara, penggunaan bahasa Melayu, kebersihan, pelancongan dan sebagainya." Mengapa hal seumpama ini tidak dilakukan kepada kepenggunaan. Sebenarnya sebilangan editor akhbar harian berbahasa Inggeris turut menganjurkan sebuah pergerakan pengguna yang kuat. Malahan media massa telah dianggap sebagai

pemangkin pergerakan pengguna di Malaysia.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna dengan kerjasama Institut Akhbar Malaysia dan FOMCA telah berusaha untuk menggalakkan kepenggunaan di kalangan media sejak tahun 1992 dengan menyediakan anugerah khas untuk liputan isu pengguna. Sehingga kini FOMCA telah dijemput untuk menganggotai panel hakim anugerah tersebut dan penulis sendiri telah berpeluang beberapa kali mempengerusikan panel berkenaan. Beberapa persatuan pengguna seperti Persatuan Pengguna Perak turut menganugerahkan beberapa orang wartawan yang aktif dalam membuat liputan tentang isu pengguna.

Walaupun kebanyakan pertubuhan pengguna mempunyai bilangan ahli yang kecil, sama ada di negara sedang membangun atau negara maju, namun ia tidak bergantung kepada keahlian untuk terus hidup. Mereka lebih memberikan tumpuan kepada penjualan bahan-bahan penerbitan. Sebagai contoh, keahlian *Consumer Union* di Amerika Syarikat atau *Consumer Association* di Australia mungkin tidak mencapai jumlah 100,000 orang ahli, tetapi penerbitan mereka dilanggani oleh lebih sejuta orang setiap bulan.

Di Malaysia sendiri, Persatuan Pengguna Pulau Pinang (CAP) yang diiktiraf sebagai persatuan pengguna yang paling aktif dan besar di kalangan negara dunia ketiga dilaporkan hanya mempunyai ahli seramai 300 orang sahaja. Tidak diketahui jumlah sebenar ahli persatuan tersebut, dan persatuan itu sendiri nampaknya tidak begitu berminat untuk menambah jumlah keahliannya. Bagaimanapun, CAP dilaporkan memiliki jumlah pekerja profesional yang agak memberangsangkan.

CAP terkenal kerana sikap agresif dan keberkesanannya dalam menyuarakan masalah pengguna, mengadakan aktiviti pendidikan pengguna dan mempromosi

penerbitannya. Dengan mengamalkan sikap yang tegas itu, CAP berhasil mendapat liputan meluas daripada media terutamanya dalam isu yang disuarakannya. Lantaran itu, pengguna melihat CAP sebagai sangat berpengaruh dan kuat. Tanggapan ini berdasarkan kepada liputan meluas media massa terhadapnya. Selain itu, akhbar-akhbar bulanannya, Utusan Pengguna (bahasa Melayu) dan Utusan Konsumer (bahasa Inggeris) menyuarakan banyak masalah dan aduan pengguna. Akhbar-akhbar ini mempunyai jualan yang menggalakkan.

Biarpun begitu ada juga yang mempertikaikan bahawa menjadi persatuan yang aktif dan besar berbanding dengan persatuan pengguna negeri yang lain di Malaysia, bukan bermakna CAP lebih berpengaruh walaupun sejauh ini ia lebih aktif, mempunyai kakitangan yang ramai dan jelas dari segi perjuangannya.

Namun, persatuan pengguna negeri yang lain turut mempunyai pengaruh yang sama, malahan lebih dari segi hubungan baik dengan media dan kerajaan, terutama di negeri mereka sendiri dan kerajaan tempatan. Di peringkat persekutuan atau pusat, FOMCA telah memainkan peranan yang sebaik mungkin.

Di samping berhubung rapat dengan pihak kerajaan dan media, persatuan pengguna juga menyedari bahawa berhubung rapat dengan pihak industri dan profesional menjadi salah satu strategi untuk mendapatkan perlindungan pengguna yang lebih baik. Ini selaras dengan amalan perundingan tiga pihak yang dianjurkan oleh kerajaan. Ini bermaksud agensi kerajaan, badan perniagaan dan persatuan pengguna perlu bekerjasama bagi mempertingkatkan perlindungan pengguna di negara ini. FOMCA umpamanya telah berjaya mengusahakan Kod Etika Pengiklanan Malaysia hasil kerjasamanya dengan industri pengiklanan dan yang berkaitan dengannya pada pertengahan tahun 1970-an.

Begitu juga pada awal tahun 1980-an, FOMCA melalui Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan (MPPPK) telah mengusahakan penubuhan Kod Etika Amalan Perniagaan Malaysia. Dalam pada itu, melalui saluran yang sama juga telah membantu mewujudkan Biro Berniaga Beretika.

Pada tahun 1992, FOMCA bersama Persatuan Syarikat Sewa Beli Malaysia, Persatuan Syarikat-Syarikat Kewangan Malaysia dan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna telah mengadakan Kod Etika bagi Pengambilan Semula Milik.

Demikian juga, FOMCA telah melobi agar dikenakan tanda harga wajib bagi kedai-kedai runcit di samping tanda tarikh luput bagi barangan mudah rosak. Melalui Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan ini, dan amalan perundingan tiga pihak, FOMCA telah berhasil mempertingkatkan perlindungan pengguna di Malaysia.

MPPPK dianggotai oleh wakil-wakil daripada agensi kerajaan yang berkaitan, pertubuhan perniagaan, kesatuan sekerja, badan profesional, persatuan pengguna dan individu-individu terpilih. Dipercayai hasil daripada nasihat MPPPK inilah maka Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna ditubuhkan. Salah seorang wakil FOMCA pernah dilantik menjadi pengerusinya dan penulis sendiri pernah menjadi timbalan pengerusi majlis tersebut.

Walaupun MPPPK tidak begitu jelas fungsinya dan hanya bertaraf penasihat sahaja, namun ia turut menyumbang kepada pembangunan perlindungan pengguna di Malaysia. Melalui MPPPK, FOMCA berjaya mendapat jaminan kerajaan agar tanda harga diwajibkan ke atas barangan yang dijual di peringkat runcit. Kini kerajaan bercadang mewajibkan pengilang meletakkan tanda harga runcit yang dicadangkan untuk semua barangan yang dikeluarkan.

Di bawah Akta Perlindungan Pengguna 1999 MPPPK telah ditukar menjadi Majlis Penasihat Pengguna Negara. Akta ini membolehkan Menteri Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna menubuhkan MPPN untuk menasihatnya berkenaan:

(a) isu-isu pengguna dan pelaksanaan Akta ini.

(b) menggalakkan perlindungan pengguna dan kesedaran dalam hal ehwal pengguna; dan

(c) apa-apa perkara lain yang boleh dirujukkan kepadanya oleh Menteri untuk pelaksanaan wajar dan berkesan Akta ini dan bagi perlindungan pengguna. Akta Perlindungan Pengguna 1999 dikuasakan untuk menubuhkan 'Tribunal Tuntutan Pengguna'. Malangnya Tribunal ini banyak batasan yang asas dan terhad kepada kes, produk atau perkhidmatan bawah RM10,000.

Dalam pada itu, FOMCA bersama-sama dengan Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan (SCA) bekerjasama dengan industri dan Bank Negara sehingga berjaya mendapatkan pihak-pihak yang berkaitan bagi mewujudkan Biro Perantaraan Bank dan Insuran. Buat permulaannya, Presiden FOMCA, Profesor Hamdan menjadi ahli majlis Biro Perantaraan Insuran dan timbalannya, Abdul Rahman Said Ali menduduki Biro Perantaraan Bank. FOMCA dan SCA dengan bantuan Profesor Dato' Dr. Sothi Rachagan telah menjalankan usaha ke arah penubuhan kedua-dua badan tersebut.

Berkaitan dengan institusi kewangan, FOMCA telah berjaya melobi Bank Negara untuk mengeluarkan 'Garis Panduan Bagi Penjamin'. Ini adalah kerana begitu ramai penjamin menjadi mangsa kepada peminjam yang tidak menjelaskan hutang mereka. Sebelum Garis Panduan tersebut pihak Institusi Kewangan lebih suka terus mendakwa para penjamin tanpa bersungguh-sungguh

mendakwa peminjam terlebih dahulu. Kini sebelum tindakan dibuat terhadap para penjamin, si peminjam mesti terlebih dahulu didakwa. Dalam hal ini FOMCA telah mengeluarkan suatu risalah yang berjudul. 'Garis Panduan Untuk Institusi-Institusi Pemberi Pinjaman Yang Memberi Jaminan Bagi Suatu Kemudahan Kredit'.

Demikian juga, FOMCA dan Profesor Dato' Dr. Sothi telah banyak bertanggungjawab terhadap pembentukan "Piagam Pesakit". Piagam ini menjadi model kepada negara-negara lain yang ingin mewujudkan piagam yang sama. Selepas empat tahun mengadakan perbincangan yang mendalam di antara Persatuan Perubatan Malaysia, Persatuan Pergigian Malaysia serta Persatuan Farmasi Malaysia dan FOMCA, piagam tersebut menjadi kenyataan.

Adalah jelas bahawa pergerakan pengguna di Malaysia memainkan peranan yang bermakna dalam mempertingkatkan perlindungan pengguna di negara ini walaupun tanpa mempunyai keahlian yang ramai. Ia berjaya melakukannya hasil daripada pendekatan perundingan tiga pihak yang diamalkan. FOMCA akan bekerjasama dengan mana-mana pihak bagi meningkatkan kepentingan pengguna. Umpamanya, hasil kerjasama dengan Kementerian Pendidikan, wujudlah kelab-kelab pengguna di sekolah. Kementerian Pendidikan telah mengarahkan sekolah-sekolah menengah menubuhkan kelab pengguna. Di Maktab-maktab perguruan pula, ia menjadi salah satu aktiviti ko-kurikulum.

Namun, sehingga kini pergerakan pengguna di Malaysia masih lagi pada tahap yang rendah dari segi pengujian barangan dan penerbitan. Bagaimanapun, Laporan Tahunan 1969 Persatuan Pengguna-Pengguna Selangor menunjukkan bahawa SCA telah menubuhkan suatu Jawatankuasa Ujian dan telah pun memulakan perkhidmatan ujian. SCA ketika itu juga mempunyai seorang Pembantu Makmal penuh masa. Penerusan ujian

telah diterbitkan dalam majalahnya 'Berita Pengguna'. Hari ini hanya CAP yang konsisten dengan penerbitannya termasuk "Utusan Konsumer" dan beberapa pengujian dan laporan keselamatan barangan.

Dalam pada itu, pergerakan pengguna sebenar perlu dipertingkatkan kepakaran mereka dalam banyak hal. Ia sebenarnya perlu bersatu. Sebagai contoh, sehingga kini CAP masih belum menjadi ahli gabungan FOMCA. Bagaimanapun ia tidak boleh dilihat sebagai satu kelemahan kerana masing-masing mempunyai pendekatan yang tersendiri dalam memperjuangkan perlindungan pengguna. Malah sebenarnya, ada yang beranggapan ia sebenarnya banyak membantu kepenggunaan.

Perlu diingat bahawa FOMCA adalah badan bukan kerajaan yang bersifat sukarela, tidak mementingkan keuntungan dan beroperasi berasaskan pemikiran sivik di peringkat kebangsaan. Ditubuhkan pada 10 Jun 1973, FOMCA menghubungkan aktiviti-aktiviti pergerakan pengguna di Malaysia dan juga di peringkat antarabangsa.

Objektif utama FOMCA ialah:

1. Memperkuatkan perkembangan dan penyebaran pergerakan pengguna yang tersusun di Malaysia.

2. Menyelesaikan isu pengguna dan mempromosikan hak-hak pengguna.

3. Mempromosi melalui kuasa beli pengguna, orientasi keperluan pembangunan bagi memastikan keadilan sosio-ekonomi, kualiti alam sekitar bagi semua orang dan menjadi penyelaras serta badan penasihat bagi persatuan-persatuan pengguna yang lain di Malaysia.

Bagi memastikan kejayaannya, peranan FOMCA

termasuklah:

1. Mengkaji isu pengguna dan kesannya kepada masyarakat.
2. Mempromosi dan mengadakan pendidikan pengguna.
3. Menganjurkan perlindungan pengguna yang lebih baik.
4. Mewakili kepentingan pengguna di semua peringkat.
5. Menyebarluaskan maklumat pengguna
6. Mengadakan pengujian barangan jika perlu.
7. Menerbitkan bahan-bahan tentang kepenggunaan.
8. Menyelaras tindakan pengguna.
9. Membangunkan sumber kepenggunaan.

Strategi FOMCA antara lain:

1. Mewujudkan persatuan pengguna di peringkat negeri dan daerah.

2. Membangunkan kelab pengguna sekolah dan institusi pengajian tinggi.

3. Bertindak untuk pengguna melalui pertubuhan bukan kerajaan.

4. Bekerjasama dengan agensi kerajaan yang berkaitan bagi mempertingkatkan kepentingan pengguna.

5. Bekerjasama dengan institusi pengajian tinggi dan badan-badan pemikir bagi mendapatkan kepakaran mereka.

6. Mewujudkan kehadirannya sebagai pihak yang berpengaruh di peringkat persekutuan dan serantau.

7. Membangunkan program yang khusus untuk keperluan pengguna yang kurang bernasib baik.

Pertubuhan pengguna di Malaysia perlu bersikap lebih proaktif dalam pendekatan mereka. Ia perlu dilihat sebagai pergerakan rakyat dan popular daripada lebih bersikap elit. Ia perlu membuang imej sebagai persatuan penumpang jika ingin mendapatkan sokongan ramai.

Di antara peranan persatuan pengguna ialah:

1. Mempertingkatkan kesedaran pengguna
2. Mengendalikan aduan dan rasa tidak puas hati pengguna
3. Pendidikan pengguna
4. Pembangunan pengguna melalui sekolah, masyarakat, persatuan penduduk, kumpulan belia serta wanita dan sebagainya
5. Mewakili pengguna di peringkat tempatan dan negeri
6. Mengadakan penyelidikan tentang isu pengguna di peringkat tempatan dan negeri
7. Menerbitkan bahan-bahan penerbitan dan hasil kajian pengguna
8. Tindakan pengguna, umpamanya menulis petisyen, mengutip tandatangan dan sebagainya

Pergerakan pengguna di Malaysia mempunyai potensi dan tanggungjawab yang besar untuk pembangunan pengguna bagi menyedarkan hak-hak mereka dan menggembeling tenaga ke arah mencapai hak-hak tersebut. Persatuan-persatuan pengguna terpaksa mempastikan bahawa pendidikan pengguna berjalan lancar di semua peringkat terutamanya di sekolah-sekolah dan di dalam media massa.

KAJIAN KES 1
TENAGA NASIONAL BERHAD: WARGA KORPORAT PRIHATIN

Tidak semua syarikat besar yang bersikap curang dalam amalan perniagaannya. Terdapat juga syarikat besar yang begitu prihatin dengan kesejahteraan para pengguna. Keuntungan yang diperolehi dikembalikan semula untuk aktiviti-aktiviti yang memberi manfaat kepada masyarakat. Antara syarikat tersebut ialah Tenaga Nasional Berhad (TNB), sebuah syarikat pembekal tenaga elektrik utama di negara ini.

TNB mempunyai hubungan yang luas dengan pengguna dan ia meliputi pelbagai ciri. Bagi TNB, hubungannya dengan pengguna begitu luas sehingga menjangkau keluar dari persekitaran ibu pejabatnya hingga merangkumi ke semua kawasan di Semenanjung Malaysia. Pendek kata, di mana sahaja ada bekalan elektrik, maka di situlah wujudnya TNB.

Banyak sumbangan yang dijalankan oleh TNB dalam mencerminkan keprihatinannya kepada para pengguna. Ia meliputi pemberian korporat, semangat sukarelawan anggota kerjanya, sumbangan kebajikan, penajaan acara sukan, bantuan biasiswa dan sumbangan kemanusiaan. Usaha ini dijalankan secara berterusan.

Amalan tradisi pemberian sumbangan yang dilaksanakan selama ini turut mengambilkira kepentingan semua pihak berkenaan yang menjadi sebahagian daripada strategi perhubungan komuniti korporatnya. Dalam konteks ini, terdapat tiga pihak yang mempunyai kepentingan utama, iaitu Syarikat, anggota kerja dan masyarakat persekitaran, yang sama-sama menentukan strategi penglibatan kemasyarakatan TNB.

TNB merupakan antara penaja utama Sukan Komanwel ke-16 (Kuala Lumpur 98) yang mempromosikan acara sukan peringkat antarabangsa itu. Padang di ibu pejabat TNB turut digunakan untuk acara pertandingan kriket SUKOM 98.

Pemberian korporatnya yang ketara ialah melalui sumbangannya kepada Dana Nasional. Semua persatuan kebajikan TNB termasuk Kelab Kilat, Persatuan Kebajikan Pekerja Islam (PKPI) dan lain-lain turut mempamerkan semangat sukarelawan anggota kerja melalui kerja-kerja kebajikan untuk golongan miskin dan yang kurang bernasib baik.

Yayasan Tenaga Nasional terus mengeluarkan biasiswa untuk pelajar-pelajar cemerlang yang tidak mampu membiayai pendidikan mereka di peringkat tinggi.

Atas dasar perikemanusiaan, TNB telah menghulurkan bantuan kepada pihak-pihak yang benar-benar memerlukan dan juga menjayakan program-program kebajikan masyarakat.

Warga Penyayang

TNB bermatlamat untuk menjadi pemimpin dalam perhubungan pengguna. Pelbagai aktiviti dijalankan untuk menjalin perasaan muhibah dengan kumpulan sasarannya serta membantu mereka yang daif, yang kurang bernasib baik, para pesakit dan mangsa bencana. Pengurus-pengurus Wilayah digalak membantu para pengguna tempat TNB beroperasi di seluruh Semenanjung Malaysia. Bagaimanapun sikap tersebut tidak hanya terbatas di Semenanjung Malaysia sahaja, ia juga turut membantu masyarakat di Malaysia Timur.

Alam Sekitar

Alam sekitar turut dititikberatkan oleh TNB. Beberapa seminar dianjurkan untuk anggota kerja tentang pengertian dan pemeliharaan alam sekitar. TNB memastikan terdapat

usaha ketara ke arah menggabungkan sepenuhnya isu alam sekitar dalam proses membuat keputusan, operasi dan penilaian projek. Berikutan kesedaran orang ramai yang meningkat mengenai kesan medan elektromagnetik terhadap kesihatan, impak pembinaan rangkaian penghantaran ke atas hidupan liar, dan pematuhan undang-undang kawasan paya, TNB sering mengkaji semula pembangunan rangkaian penghantaran dan rekabentuk pencawang. Sungguhpun keperluan alam sekitar tidak digariskan secara jelas untuk Sistem Grid, TNB telah mengambil langkah-langkah proaktif untuk menjalankan kajian Penilaian Alam Sekitar bagi semua projek penghantaran utamanya.

Dermawan Korporat

TNB turut terlibat dengan memberi bantuan dalam bentuk derma kepada badan-badan bukan kerajaan dan sukarela dalam menjalankan aktiviti mereka. Antaranya derma sebanyak RM500,000 kepada Yayasan Salam Malaysia, sebuah organisasi bukan kerajaan yang menjalankan aktiviti sukarelawan di dalam dan luar negara demi membantu golongan daif.

TNB mengetuai para pemimpin industri dalam membayar zakat pendapatan syarikat sebanyak RM2.7 juta kepada Majlis Agama Islam Negeri-Negeri. Demikian juga TNB telah menyumbang ke arah menjayakan penerbitan sebuah buku berjudul "Masjid- Masjid Dunia, Malaysia dan Kuala Lumpur" oleh Pusat Islam.

Semasa menyambut Hari Raya Aidilfitri, yang turut disambut secara serentak dengan Tahun Baru Cina, TNB telah bermurah hati menghadiahkan kain pelekat kepada anggota tentera Malaysia yang bertugas di luar negara.

Balasubramaniam Duraisamy, seorang anggota kerja TNB, yang menyertai pasukan Ekspedisi Everest 1997, menerima cenderamata penghargaan atas kegigihannya mengharumkan nama Malaysia dan TNB.

Mangsa Taufan Greg di Sabah dan mangsa kebakaran di Parit Buntar, Perak turut menerima bantuan kewangan daripada TNB. Bagi TNB adalah amat penting agar kehidupan mereka dapat dikembalikan kepada rutin yang biasa tanpa sebarang penderitaan berpanjangan.

Demi mendorong ilmu sains, TNB menyumbangkan RM100, 000 untuk penerbitan Majalah Arussains, sebuah majalah sains berbahasa Malaysia. Acara lumba basikal "Le Tour De Langkawi" turut mendapat sokongan padu TNB.

TNB telah menjadi rakan kongsi dalam aktiviti kemasyarakatan Sukan Komanwel ke-16 demi mencerahkan dunia sukan dan olahraga. Ia telah menyumbangkan sebanyak RM1 juta kepada SUKOM 98 Berhad.

KAJIAN KES 2
TELEKOM MALAYSIA - BERKHIDMAT UNTUK KEPUASAN PENGGUNA

Industri telekomunikasi di Malaysia berubah wajah pada tahun 1987 apabila perkhidmatan telekomunikasi negara berpindah daripada Jabatan Telekom Malaysia (JTM) kepada Syarikat Telekom Malaysia Berhad. Telekom Malaysia diperbadankan sebagai sebuah syarikat swasta dan disenaraikan di Pasaran Saham Kuala Lumpur pada tahun 1990. Dengan munculnya teknologi tinggi seperti gentian optik dan rangkaian digital, syarikat tersebut telah memulakan langkah sebagai sebuah entiti korporat baru yang dinamik.

Seperti juga syarikat lain pada hari ini, Telekom Malaysia mengalami perubahan yang berterusan, dengan memberikan perhatian khusus kepada dua aspek perniagaan: pertamanya, peningkatan yang mendadak dalam penggunaan teknologi maklumat. Keduanya penggunaan telekomunikasi dalam membangunkan ekonomi sejagat tanpa sempadan. Sebagai sebuah syarikat pembekal telekomunikasi nasional, Telekom Malaysia memberikan perhatian khusus yang lain, iaitu meneruskan tanggungjawabnya untuk memberikan perkhidmatan demi kepentingan negara dan menyediakan kemudahan kepada semua masyarakat di Malaysia.

Telekom Malaysia menyediakan pelbagai barangan dan perkhidmatan yang luas dan berkembang sepanjang masa. Pada hari ini, pengguna mengunjungi Telekom Malaysia untuk mendapatkan perkhidmatan seperti talian tetap, ISDN dan litar suwa, telefon mudah alih seperti TMtouch dan Mobikom, perkhidmatan internet melalui TM Net, perkhidmatan penyampaian maklumat melalui telefon, telefon berbayar, kad pintar, kad pra bayaran dan sebagainya.

Satu lagi fokus utama negara dalam bidang teknologi adalah Koridor Raya Multimedia atau MSC. Projek ini amat bermakna kepada Telekom Malaysia kerana ia memainkan peranan utama dalam MSC sebagai perekabentuk, pemasang dan pelaksana kepada tulang belakang telekomunikasi yang seterusnya membolehkan pancaran komunikasi suara dan data secara yang cepat dan menjimatkan ke seluruh dunia. Kejayaan kepada pelaksanaan tulang belakang MSC ini merupakan objektif utama bagi Telekom Malaysia. Untuk tujuan tersebut baru-baru ini Telekom Malaysia telah mengorak langkah melancarkan Lebuhraya Maklumat Korporat (COINS). Di samping itu Telekom juga secara berterusan mempertingkatkan keupayaan dalam rangkaian teknologi tingginya, yang pada masa ini telah memberikan perkhidmatan yang meluas kepda sektor perniagaan di negara ini.

Projek MSC juga telah meletakkan kedudukan Telekom Malaysia di barisan hadapan dalam teknologi komunikasi mengikut landasan yang cepat dan seterusnya menyampaikan kemudahan ini terus kepada pengguna individu di samping kepada pakar teknologi tinggi. Sekiranya syarikat berjaya mencapai semua objektif ini, ia menuju ke arah mencapai matlamatnya sebagai syarikat telekomunikasi bertaraf antarabangsa, menyediakan perkhidmatan pelanggan secara terus dan berkemampuan bersaing di pasaran sejagat.

Penglibatan Dalam Masyarakat

Tekanan persaingan yang meningkat apabila kemudahan akses yang sama telah diperkenalkan pada 1 Januari 1999. Namun Telekom Malaysia telah bersedia untuk menghadapi persekitaran yang mencabar ini. Ini adalah kerana Telekom Malaysia percaya ia mempunyai peluang yang lebih baik berdasarkan sejarah perkhidmatan yang diberikan kepada negara, di samping keluasan dan kepelbagaian perkhidmatan yang ditawarkan. Walaupun syarikat yang baru sudah pasti akan memberikan

persaingan dalam bidang-bidang tertentu, namun tidak ada yang dapat menandingi liputan yang lengkap yang ditawarkan syarikat telekomunikasi negara ini. Dalam hal ini, isu utama adalah di samping sentiasa berada di hadapan secara teknikal dan dalam memperkenalkan barangan baru, ia juga memberikan perkhidmatan ke seluruh anggota masyarakat di Malaysia secara berterusan. Ini khususnya di kalangan mereka yang kurang bernasib baik, termasuk golongan miskin dan kawasan luar bandar. Komitmen yang diberikan oleh Telekom Malaysia dalam memberikan perkhidmatan kepada golongan tersebut masih tidak berubah. Keadaan seumpama ini tidak terdapat pada syarikat yang lain.

Secara khususnya, syarikat ini menyedari akan perlunya sikap mudah anjal dan berkemampuan menyesuaikan diri dengan gaya baru dan dapat menyaingi perkhidmatan yang ditawarkan oleh pesaing. Umpamanya, berdasarkan pilihan pelanggan, ia telah memperkenalkan pelbagai perkhidmatan berasaskan telefon dan internet sebagaimana yang diperlukan dalam ledakan baru komunikasi melalui talian.

Terbuka kepada umum

Adalah menjadi hasrat Telekom Malaysia untuk melakukan pembaharuan yang besar bagi memenuhi kepuasan pelanggan, pembaikan kualiti dan pencapaian menurut piawaian perkhidmatan bertaraf dunia. Telekomunikasi merupakan satu industri asas, dan menjadi sebahagian daripada peranan utama Telekom Malaysia untuk memastikan seluruh anggota masyarakat berpeluang untuk menggunakan perkhidmatan yang disediakan pada kadar yang bersesuaian dengan kemampuan mereka. Promosi nilai untuk wang dan struktur diskaun -seperti skim diskaun TM Keluarga dan Rakan-Rakan, Skim Kitaran Perniagaan dan Kad Ring-Ring - diperkenalkan bagi membolehkan lebih ramai anggota masyarakat menggunakan sepenuhnya perkhidmatan telefon mereka.

Universiti Telekom

Sebagai asas kepada teknologi maklumat, Malaysia menyedari bahawa dalam usaha untuk menyepadukan komunikasi sejagat baru ini, ia memerlukan kemahiran IT. Golongan muda Malaysia hendaklah digalakkan agar mereka celik IT. Sekolah, perniagaan dan industri dijangkakan menggunakan IT pada peringkat yang tinggi dalam semua urusan sehariannya.

Universiti Telekom (UNITELE) - merupakan universiti swasta pertama di Malaysia dirasmikan pada awal tahun 1997 dengan objektif untuk menyediakan sumber tenaga yang berkemahiran dan berpengetahuan tinggi bagi menyumbang kepada perkembangan IT, Multimedia dan industri telekomunikasi di Malaysia.

Empat kursus pertama yang ditawarkan ialah Kreatif Multimedia, Teknologi Maklumat, Kejuruteraan Multimedia dan Pengurusan. Pelajar-pelajar universiti dijangkakan akan mempunyai kemahiran berfikir yang jelas, pelbagai bahasa dan analitikal dalam penciptaan barangan dan perkhidmatan multimedia yang baru.

Peranan seterusnya Telekom Malaysia dalam bidang pendidikan ialah pembukaan Universiti Multimedia (Kampus Cyberjaya) yang terletak di tengah-tengah MSC pada Julai 1999.

Telekom Malaysia berasa bangga kerana terlibat dengan institusi pengajian tinggi berprestij ini yang dapat membantu melahirkan masyarakat celik IT demi pertumbuhan dan pembangunan masa depan Malaysia.

Apabila Sesuatu Kesilapan Berlaku

Telekom Malaysia menyedari bahawa walaupun ia telah cuba melakukan dengan sebaik mungkin, namun sesuatu kesilapan pasti akan berlaku. Oleh itu ia telah mempertingkatkan rangkaian dan ibu sawat baru bagi mengurangkan masa kerosakan dan menambahkan kerosakan mudah kawal. Bagi membantu mengatasi

masalah ini, syarikat telah melaksanakan beberapa mekanisme, antaranya penggunaan sistem laporan kerosakan awal SIPIKAT. Sistem ini apabila digunakan sepenuhnya akan membolehkan jangkamasa membaiki kerosakan dalam jangkamasa dua jam. Telekom Malaysia juga telah memperkenalkan pusat perkhidmatan setempat 1050, yang membolehkan pelanggan mendail talian 1050 bagi mendapatkan maklumat tentang keseluruhan barangan dan perkhidmatan kumpulan. Pelanggan juga boleh menghubungi talian 100 untuk mendapatkan maklumat umum, atau mengunjungi Kedai Telekom yang berdekatan untuk perkhidmatan persendirian.

Pelanggan mempunyai beberapa pilihan untuk membuat aduan, termasuklah menghubungi talian-talian dan pusat-pusat yang dinyatakan di atas. Bagi masalah yang tidak dapat diselesaikan, atau tidak berpuas hati dengan penyelesaian yang dibuat, terdapat satu lagi saluran komunikasi yang boleh digunakan, iaitu komunikasi korporat. Di Jabatan Komunikasi Korporat, terdapat kakitangan yang terlatih bagi mengendalikan semua bentuk aduan bertulis dan secara lisan, dan juga bertindak sebagai pusat penjelasan pusat dan fasilitor bagi mengenal pasti punca asas bagi sesuatu masalah bagi diselesaikan secara cepat dan berhemah. Jabatan ini juga memantau semua isu dan surat yang disiarkan dalam akhbar-akhbar dan memelihara perhubungan baik dengan pengarang-pengarang akhbar utama bagi membolehkan ia menyalurkan maklumat yang seimbang dan tepat kepada pembaca yang menyalurkan masalah mereka melalui media-media tersebut.

Masalah vandalisme

Pada setiap tahun Telekom Malaysia membelanjakan wang yang banyak untuk peralatan, perkhidmatan dan penyelenggaraan demi memberikan perkhidmatan yang berfaedah kepada umum. Namun begitu, pelaburan yang banyak ini menghadapi masalah kerosakan oleh mereka yang tidak bertanggungjawab dan membuang masa.

Vandalisme merupakan masalah utama menyebabkan telefon berbayar mengalami kerosakan. Di samping itu kecuaian kerja-kerja pemasangan, walaupun di bawah pengawasan Telekom Malaysia, sering menyebabkan kerosakan pada kabel infrastruktur yang penting. Di kawasan yang diistilah sebagai "kawasan bahaya", syarikat telah menyediakan satu pasukan yang bertugas sepanjang masa bagi menyelesaikan masalah-masalah ini. Semua masalah ini telah melibatkan masa dan wang yang banyak walaupun sebenarnya ia dapat dielakkan dengan sikap berwaspada dan mengambil langkah-langkah sebagaimana yang disediakan oleh Telekom Malaysia.

Statistik yang mengejutkan

Masyarakat sering berasa hairan kerana menghadapi kesukaran untuk menghubungi talian kecemasan `999'. Ini disebabkan daripada dua juta panggilan dibuat untuk talian `999' pada setiap bulan, 20,000 daripadanya adalah palsu. Inilah hakikat yang sebenar. 180,000 daripadanya adalah panggilan sekadar suka-suka, lucah dan bergurau. Keadaan ini telah menimbulkan kesukaran kepada mereka yang benar-benar ingin menggunakan perkhidmatan ini. Satu fakta yang menyedihkan bahawa kebanyakan pemanggil ini adalah kanak-kanak sekolah - yang kebanyakan panggilan itu sering menimbulkan kemarahan kepada operator. Telekom Malaysia akan mengadakan kempen secara besar-besaran pada masa yang terdekat ini bagi mengatasi kebuntuan masalah yang membahayakan dan tabiat tidak bertanggungjawab ini. Di samping itu, ia juga akan menghubungi pihak sekolah dan ibu bapa agar dapat membantu membasmi masalah ini di kalangan kanak-kanak di bawah jagaan mereka.

Sumbangan kepada masyarakat

Telekom Malaysia telah memberikan sumbangan kepada masyarakat dengan pelbagai cara. Umpamanya melalui tajaan dalam acara peringkat antarabangsa seperti pendakian gunung Everest pada tahun 1997, Sukan Komanwel 1998 dan perlumbaan basikal *Le Tour de Langkawi*. Di samping itu juga, ia memberikan sumbangan

dalam bentuk yang lebih kecil kepada masyarakat luar bandar melalui program derma awam dan sumbangan korporat.

Masa depan

Memandangkan permintaan kepada perkhidmatan di peringkat tempatan dan antarabangsa masih lagi tinggi, walaupun dalam keadaan kegawatan ekonomi, Telekom Malaysia akan menggunakan seluruh keupayaannya untuk memberikan perkhidmatannya. Dunia perniagaan hari ini menyedari bahawa mereka perlu beroperasi di peringkat sejagat bagi memastikan mereka sentiasa dapat bersaing: ini bermaksud telekomunikasi memainkan peranan penting dalam kegiatan ekonomi setiap individu, perniagaan yang kecil dan besar. Biarpun keadaan menunjukkan bahawa masa depan telekomunikasi adalah pada peringkat sejagat, namun pasaran tempatan masih menjadi keutamaan Telekom Malaysia.

BAB EMPAT
SEJARAH KEPENGGUNAAN: LATAR BELAKANG

Sebelum membincangkan tentang profil kepenggunaan di Malaysia, adalah baik sekiranya diterangkan secara ringkas perkembangannya di seluruh dunia. Juga, ia memberi makna yang besar jika dilihat dari perspektif sejarah. Dengan merangka perkembangan kepenggunaan secara menyeluruh dan dari perspektif sejarahnya, ia dapat dijadikan perbandingan yang mudah terhadap kemunculan dan pertumbuhan pergerakan pengguna atau kepenggunaan di Malaysia. Pendekatan sejarah juga dirasakan amat berguna apabila membuat analisa secara kompleks, sosial dan sistem ikatan masa, yang agak sukar untuk mendapatkan data statistiknya kerana ia berlaku hanya sekali (Forbes, 1987).

Kajian sejarah menunjukkan masalah pengguna bukanlah sesuatu yang baru. Malahan, ia sudah wujud sejak lahirnya tamadun manusia. Sebagai contoh, terdapat teori bahawa kejatuhan empayar Rom berlaku akibat daripada keadaan inflasi yang tidak terkawal dan amalan perniagaan yang tidak jujur sepanjang tempoh pemerintahan empayar tersebut. Seorang sejarawan terkenal, Profesor Kenan T. Erim menjumpai beberapa kepingan batu di kawasan pergunungan Anatolia di Turki yang bertarikh kira-kira 301 B.C. yang menyenaraikan barangan yang telah ditetapkan harganya. Menurut Profesor Kenan, semasa zaman kira-kira 302 B.C. Empayar Rom mengalami keadaan inflasi yang teruk merudum sehingga menggugat kestabilan empayar tersebut. Bagi mengatasi ancaman ini, Pemerintah Rom pada masa itu, Maharaja Diocletion mengisytiharkan harga barangan tertentu ditetapkan. Barangan tersebut termasuklah lembu, tembikai, batu marmar, tuala tangan dan sebagainya. Denda yang berat dikenakan jika melanggar undang-undang tersebut, dan ramai juga yang telah dikenakan hukuman mati (Anwar Fazal, 1977, 11).

Profesor Kenan juga menjumpai kepingan batu bertulis 'Perisytiharan Maharaja Diocletion' yang mengecam tindakan para pencatut dan spekulator. Menurut Maharaja itu: "Mereka yang bersikap tamak secara tidak terkawal ini tidak mempunyai rasa belas kasihan kepada rakyat, mereka saling bersaing untuk mengaut faedah dan untung bukan sahaja setiap tahun, bulan dan hari, tetapi setiap jam dan minit... peniaga yang tamak seperti ini sama sekali tidak mengendahkan kepentingan awam."

Juga, terdapat teori bahawa Empayar Rom tumbang kerana keracunan plumbum yang dihasilkan oleh penggunaan besi paip plumbum bagi sistem bekalan air mereka (Anwar Fazal, 1977, 11).

Pada permulaan sejarah, pengguna dilaporkan terdapat banyak masalah berkaitan dengan penggunaan makanan di samping amalan perniagaan yang curang seperti timbangan yang kurang dan tindakan mencampur barang yang tidak bermutu dengan barangan yang bermutu. Sebagai contoh, kira-kira 3000 tahun yang lalu, Hittites telah membangunkan kod pengguna yang baik: 'Anda tidak boleh meracuni lemak jiran anda', merupakan satu peraturan. Ia bermakna makanan perlulah selamat, bersih dan segar - rayuan tersebut tidak hilang sejak berkurun lamanya (Ellwood, 1984, 6).

Pada zaman pertengahan, dilaporkan bahawa pembuat roti yang menipu akan dimasukkan ke dalam sangkar, direndamkan dalam air dan hanya dikeluarkan apabila hampir lemas.

Begitu juga dilaporkan pada setiap tamadun akan mengalami pengalaman yang hampir sama dengan kumpulan batu penggiling - sekumpulan wanita yang berarak di jalan-jalan menuntut harga patut bagi makanan dan semasa keadaan kekurangan makanan. Kumpulan ini sering mengambil tindakan sendiri (Anwar Fazal, 1977).

Dalam sejarah semasa pula, pembangunan pergerakan koperasi telah memperlihatkan pengguna membuat perniagaan sendiri. Maka ia dilihat sebagai permulaan kepada satu tindakan terancang moden yang dilakukan oleh pengguna.

Walaupun keadaan di pasar pada masa yang lalu adalah kecil berbanding pada masa kini, sejarah membuktikan terdapat contoh yang terkecuali yang menyebabkan pengguna menubuhkan kumpulan untuk memperjuangkan nasib mereka. Terdapat juga contoh dalam lingkungan sejarah dan negara sehingga pihak berkuasa terpaksa mengadakan undang-undang atau mengubal kod etika bagi melindungi rakyat daripada tindakan peniaga yang tidak bertanggungjawab. Beberapa contoh perundangan dan kod yang melindungi kepentingan pengguna yang dicatatkan sejarah ialah:

- Kod Undang-undang Mesopotamia. Codex Hammarubi, 1750 B.C. mengandungi peraturan-peraturan tentang kredit, sewa, kualiti barangan dan perkhidmatan, harga, timbangan dan sukatan (Forbes, 1987).

- Perundangan Hittite 1200 B.C. mengandungi peraturan tentang makanan yang selamat dan segar.

- Undang-Undang Hebrew. Deuteronomy 25:15 menasihatkan "...Anda perlu membuat timbangan yang sempurna dan betul, sukatan yang sempurna dan betul..." (Forbes, 1987)

- Undang-undang India sekitar tahun 200 B.C. mengandungi undang-undang menentang penggunaan bahan tambahan dalam makanan terutama biji-bijian dan minyak (Forbes, 1987).

- Al-Quran dan hadith menggariskan tentang riba, menggalakkan kesederhanaan dalam pengambilan

makanan, menentukan kedudukan halal dan haram pada makanan, keselamatan, amalan perniagaan dan sebagainya.

- Di United Kingdom pada tahun 1202 A.D. mempunyai undang-undang membanteras amalan timbangan yang kurang dan roti yang bercampur dengan bahan tambahan. Magna Carta beberapa tahun kemudian membuat piawaian untuk berat dan sukat (Forbes, 1987).

- Di Perancis pada kurun ke-16 membenarkan tindakan membaling telur busuk kepada sesiapa yang menjual telur tersebut (Forbes, 1987).

Dengan yang demikian, amalan ketidakseimbangan asas di pasaran bukanlah suatu perkara yang baru. Ia telah wujud sejak zaman awal perdagangan diamalkan. Pepatah Latin ada mengatakan "pembeli yang berwaspada" menerangkan tentang kenyataan sikap tersinggung pengguna terhadap amalan urusniaga yang tidak adil oleh pembekal makanan dan perkhidmatan. Perasaan tersinggung pengguna inilah yang membuka jalan kepada perlindungan pengguna dan memuncaknya emosi di sebalik pergerakan pengguna. Perasaan ini telah ditukarkan kepada hak-hak pengguna asas yang tegas oleh pemimpin pengguna dan politik, yang seterusnya meletakkan asas moral kepada perlindungan pengguna... (IOCU, 1991).

Menurut Robert O. Hermann (1974, 17), kebangkitan pergerakan pengguna adalah hasil daripada tiga masalah yang berlaku secara berterusan: (1) penggunaan teknologi yang disalahgunakan sehingga wujudnya barangan yang berbahaya dan tidak boleh dipercayai; 2) pertukaran konsep tanggungjawab sosial perniagaan, dan (3) tindakan perniagaan yang curang dan secara beransur-ansur turut diikuti oleh pihak-pihak lain dalam masyarakat perniagaan.

Menurut Hermann (1974, 17) lagi, mengikut sejarah, pengguna berasa peka terhadap ketiga-tiga perkara tersebut pada masa itu, sehingga kuasa beli pengguna ditekan oleh kenaikan harga. Seterusnya beliau percaya ketiga-tiga masalah tersebut tidak pernah hilang sepenuhnya.

Dengan mengambil kira kuasa beli pengguna, Aaker dan Day (1974, xxiv) merasakan walaupun kenyataannya mengenai pendapatan sebenar pengguna meningkat pada beberapa tahun yang lepas, belanjawan yang menekan menyebabkan rasa kecewa yang diluahkan kepada satu bentuk perbadanan yang jelas dan mudah dimusnahkan. Tekanan ini disebabkan oleh dua faktor. Pertama, peningkatan pendapatan dan kuasa sosiologi yang menyebabkan jangkaan yang tinggi terhadap gaya hidup yang lebih baik. Gaya hidup baru yang diingini ini memerlukan perbelanjaan yang baru bagi barangan dan perkhidmatan. Kedua, inflasi telah menyerap sebahagian besar daripada peningkatan pendapatan yang akhirnya mengurangkan kemampuan membeli rakyat.

Melihat kesan teknologi terhadap pengguna, beberapa ahli akademik Amerika (Kotler, 1973; Hermann, 1974; Aaker dan Day, 1974) percaya bahawa sebenarnya teknologi telah memainkan peranan yang penting dalam meningkatkan kerumitan pasaran moden dan menukar corak pemakanan pengguna. Ini seterusnya menambahkan lagi kejahilan, kekeliruan dan kekecewaan pengguna. Internet telah melebarkan lagi jurang maklumat antara pengguna yang kaya dengan pengguna yang miskin.

Berikut adalah beberapa perkembangan yang berkaitan dengan teknologi dan kesannya terhadap penjual dan pengguna:

(1) Meningkatnya taraf kehidupan yang pesat telah mencipta skop yang luas terhadap barangan dan

perkhidmatan yang boleh dipilih oleh pengguna. Ini menyebabkan pengguna sukar membuat pilihan.

(2) Pelaburan kilang yang tinggi dan keperluan bagi industri untuk pengeluaran yang banyak secara yang tetap untuk mencapai daya ekonominya telah membawa kepada pengeluaran mengikut jangkaan permintaan. Dengan adanya tekanan untuk mendapatkan pasaran yang luas bagi menampung barangan tersebut, pengeluar memerlukan bantuan bagi mengatasi tuntutan secara berlebihan, perbezaan barangan palsu, tekanan jualan yang tinggi, dan kadang kala membanteras penyelewengan.

(3) Taraf hidup yang tinggi sering menimbulkan kecenderungan untuk menggalakkan pengeluar mengeluarkan barangan yang tidak perlu demi mendapatkan wang yang banyak. Permintaan bagi barangan tidak perlu ini sering berubah. Bagi mencapai kestabilan, pengeluar akan bertukar kepada kaedah jualan dan pengiklanan yang agresif untuk meraih permintaan untuk kepentingan diri mereka sendiri.

(4) Penggunaan mesin untuk pengeluaran dilengkapi dengan perkembangan pembungkusan yang menarik dan kemas telah menyebabkan pengguna sukar untuk membezakan kualiti barangan yang sebenar.

(5) Kemajuan pesat dalam sistem komunikasi dan teknologi pengangkutan serta pelbagai kemudahan yang disediakan telah memburukkan lagi kedudukan pengguna. Serentak itu ia juga menyebabkan kesejahteraan hidup pengguna meningkat dengan lebih besar. Perbezaan taraf hidup yang besar, sikap kurang berhati-hati pada peringkat awal, telah memberikan kesan yang jelas kepada pengguna

yang miskin. Hal ini menyebabkan keutamaan golongan miskin akan terbantut dan sebaliknya dinikmati oleh golongan kaya. Ini menyebabkan beberapa pengeluar cuba meletakkan harga barangan lebih murah dengan apa cara sekalipun untuk mencapai tahap pendapatan golongan berpendapatan rendah.

(6) Berkurangannya perhubungan baik di antara pengeluar dan pengguna (perhubungan peribadi) yang dipupuk semasa era pengeluaran barangan secara kerjatangan telah meningkatkan gambaran salah terhadap pengeluar. Perbezaan ini memburukkan lagi kesukaran pengeluar menentukan keutamaan pengguna dalam pengeluaran yang kian meningkat. Hal ini menyebabkan pengeluar menggunakan kaedah penjualan secara agresif. Adalah lebih mudah mengelirukan pengguna yang tidak dikenali daripada pengguna yang dikenali oleh pengeluar dan sering bertemu secara peribadi.

(7) Semangat pengkhususan dan penggunaan jentera telah menguasai rumah dan kilang. Pengetahuan tentang makanan, pakaian dan kayu telah hilang, dan generasi seterusnya kurang berpengetahuan membuat barangan sendiri, lebih banyak membeli barangan di kedai. Pada abad yang mewujudkan pemisahan yang besar di antara pengeluaran dan penggunaan, sistem membeli secara bijak telah merosot sepertimana otot badan yang susut akibat kurangnya bersenam. Lebih banyak terapi fizikal dalam bentuk pendidikan pengguna amat diperlukan.

(8) Pengkhususan dan penggunaan jentera dalam pengeluaran telah menyebabkan unit pengeluaran secara besar-besaran. Namun penggunaannya di rumah masih tidak menampakkan perubahan yang ketara kepada unit kecil penggunaannya. Operasi pada skala kecil ini menjadi halangan yang serius

kepada penggunaan yang bijak. Objektif pembelajaran ujian kualiti dan penggunaannya sering dilihat sebagai membuang masa dan tenaga, terutamanya pada ruang lingkup pembelian yang merangkumi begitu banyak barangan yang berbeza. Oleh itu, ramai pengguna yang tidak berpuas hati terhadap peraturan yang menentukan kualiti barangan berdasarkan harga. Hasilnya, pengeluar akan berasa ragu untuk meletakkan harga yang rendah kerana khuatir penjualan yang tidak menggalakkan.

(9) Keadaan taraf hidup yang lebih tinggi di kalangan kebanyakan pengguna (di negara kaya dan membangun) telah menyumbang kepada sikap 'tidak apa' di kalangan pengguna. Tanggapan yang salah terhadap masa depan "simpanan kecil" menyebabkan mereka tidak berasa perlu untuk mempelajari tabiat membeli dan mengguna secara bijak atau untuk melobi pihak pembuat dasar untuk mengundi kepada peraturan yang memelihara kepentingan pengguna.

(10) Keadaan semulajadi unit keluarga menyumbang kepada sikap 'tidak apa' pengguna. Kemampuan mengurus keluarga atau rumah secara berkesan tidak dijadikan faktor utama bagi golongan lelaki dan wanita dalam mencari pasangan. Pengguna tidak mengambil berat terhadap seni atau sains ekonomi rumahtangga yang dirasakan sebagai sesuatu yang kurang penting.

(11) Tanggapan pengguna terhadap kualiti barangan, kemampuan dan kebolehpercayaan meningkat akibat daripada barangan baru yang secara berterusan menekankan kepada pembaharuan yang telah dibuat terhadap barangan tersebut .

(12) Pengguna pada masa ini lebih terdidik dan terdedah

kepada media massa, dan amat sedar akan hak mereka (terutama di negara perindustrian), yang lebih berterus terang dan mendesak untuk mendapatkan kepuasan terhadap barangan dan perkhidmatan.

(13) Perkembangan pesat teknologi komunikasi dan penggunaannya secara meluas oleh pihak pengiklan telah menambahkan rasa risau bahawa cita rasa pengguna akan menjadi sejagat. Aktivis pengguna, khususnya di negara sedang membangun tidak mahu barangan tempatan yang lebih sesuai bagi rakyat tempatan diabaikan dan secara beransur-ansur hilang kerana wujudnya barangan import yang baru yang diterapkan melalui iklan dan jualan yang dilakukan secara meluas.

(14) Kepesatan teknologi komputer telah menyebabkan perkhidmatan tidak lagi bersifat peribadi. Pengguna yang sering menggunakan hubungan peribadi dalam membuat urusan dengan penjual, akan mendapati mereka hanya akan menyuarakan masalah terhadap kesilapan bil dan sebagainya melalui mesin yang telah diprogramkan untuk mengendalikan hal yang rutin sahaja dan tidak berkemampuan untuk membuat keputusan sendiri. Tidak wujudnya hubungan peribadi dan perasaan tidak puas hati ini telah memainkan peranan penting dalam mendidik kecenderungan umum dalam meluahkan rasa tidak puas hati mereka dan perkembangan kepenggunaan (Aaker dan Day, 1974).

(15) Pengguna menderita akibat jurang maklumat yang timbul akibat barangan yang semakin kompleks, memerlukan penilaian dari pelbagai dimensi, kebanyakannya menampilkan barangan yang mempunyai kemampuan dan keselesaan yang baru. Menurut Aaker dan Day (1974, xxii), jurang maklumat ini semakin luas akibat daripada kurangnya masa yang diperuntukan untuk membeli kerana keadaan

persaingan yang ada dalam gaya hidup yang baru itu. Seterusnya jurang tersebut disebabkan oleh tahap aspirasi yang tinggi dan berkaitan dengan maklumat yang pengguna inginkan sebagai asas untuk membuat keputusan dalam pembelian. Tahap aspirasi ini berasaskan kepada tahap pendidikan pengguna dan pandangan kepenggunaan.

Dalam menganalisa jurang maklumat ini, Thorelli (1972) menyimpulkan:

Barangan yang banyak, sering berubah dan kompleks serta pelbagai telah menyebabkan satu ledakan yang sebenar terhadap jumlah maklumat yang diperlukan dalam pasaran... Jika ledakan maklumat ini tidak memadai sebagai satu masalah, terdapat tiga faktor lain yang turut menggusarkan, yang perlu diberikan perhatian. Pertama, sumber maklumat peribadi sama ada dalam bentuk jurujual yang berpengetahuan atau pengalaman peribadi yang lalu oleh pembeli sendiri akan hilang dengan banyaknya sementara sumber baru seperti iklan televisyen yang gagal menyamai keperluan yang sama. Kedua, nilai masa yang digunakan tanpa disedari kian meningkat dengan cepatnya. Ini bermaksud kos pengumpulan maklumat - atau penyelidikan, sebagaimana yang diperkatakan dalam teori pembuat keputusan - semakin meningkat pada setiap hari. Ketiga, tahap aspirasi kita terhadap maklumat, secara paradoksnya turut meningkat. Semua faktor ini turut menyebabkan kepada terciptanya masalah sosial dan ekonomi yang kompleks, yang amat tepat jika dipanggil sebagai jurang maklumat pengguna.

Penjualan maklumat secara bebas terbukti menjadi batu loncatan yang kritikal kepada pengerakan pengguna, khususnya di negara perindustrian. Banyak persatuan pengguna memulakan penerbitan mereka sendiri yang memuatkan hasil kajian penyelidikan barangan - seperti majalah *Which* di United Kingdom, *Choice* di Australia, dan *J'Achete Mieux* di Switzerland. Pendapatan yang tetap

telah menyebabkan banyak persatuan pengguna mulai merasai kebebasan kewangan. Lebih ramai yang memberikan maklum balas terhadap bahan yand diterbitkan, maka kekuatan dan kredibiliti keseluruhan pergerakan pengguna semakin bertambah dan sokongan masyarakat umum kian berkembang.

Masalah yang dihadapi pengguna dengan ketibaan barangan hasil daripada teknologi moden telah dirumuskan secara ringkas oleh Betty Furness (1970, 40), Pembantu Khas Hal Ehwal Pengguna Rumah Putih, apabila beliau mengatakan:

"Kamu memberikan tali nilon kepada kami tanpa memberitahu akan kecairannya. Kamu memberikan penyembur serangga tetapi tidak memberitahu ia boleh membunuh kucing. Kamu memberikan beg plastik, tanpa memberi amaran yang ia boleh dan telah membunuh bayi. Kamu memberikan sabun pencuci, tetapi tidak memberitahu bahawa ia telah mencemarkan air sungai. Dan kamu memberikan pil, tanpa memberitahu bahawa kita sebenarnya adalah haiwan uji."

Jelasnya, kemajuan teknologi memberi pengguna faedah yang baru di samping menimbulkan masalah. Mulai sekarang, teknologi kelihatan telah menyebabkan masyarakat semakin kompleks. Ia tidak menutup atau menjambatani jurang di antara golongan kaya dan miskin. Malahan ia turut melebarkan lagi jurang tersebut.

Tidak mengejutkan apabila Kotler (1974, 73) mengatakan kemajuan teknologi yang kompleks merupakan struktur pendorong yang telah menyebabkan kebangkitan kepenggunaan pada tahun 1960-an.

Bagaimanapun, perlu dinyatakan bahawa pada abad ke-20, ahli pendidikan seperti Kotler (1972) dan Hermann (1974) merasakan masyarakat, khususnya dalam suasana perniagaan Amerika telah digegarkan oleh tiga

pergerakan pengguna yang berbeza - pada awal tahun 1900-an, pertengahan tahun 1930-an dan pertengahan 1960-an. Dua pergerakan yang awal tersebut tidak lagi aktif.

Namun, tahun 1930-an menampakkan kemunculan pergerakan pengguna moden sebagai pertubuhan yang tersusun, kuasa yang bebas, menjuarai keadilan sosial dalam keadaan Amerika mengalami kegawatan. Sebagai contoh pada tahun 1936 menyaksikan penubuhan *Consumers Union* (Kesatuan Pengguna - CU) yang selama beberapa tahun merupakan satu-satunya persatuan pengguna yang seumpama itu di dunia.

Sila lihat rajah 1920 – 1930.
Persatuan-persatuan pengguna awal
1899 Amerika Syarikat – Consumer Laugue
1928 Amerika Syarikat – Consumer Research Inc.
1935 Denmark – Statens Husholdingsrad
1936 Amerika Syarikat – Consumers Union of U.S. Inc

Pada pertengahan 1950-an, *Consumers Union America* menjadi satu kuasa yang perlu diberikan perhatian. CU dengan berhati-hati menjalankan kajian terhadap kualiti barangan pengguna yang baru, membuat perbandingan harga dan melaporkan hasil kajian di dalam majalah mereka, *Consumer Report* yang menjadi sebutan isi rumah di Amerika. Pada tahun 1957 edaran *Consumer Report* telah meningkat sehingga kira-kira 800,000 naskhah. Majalah tersebut menjadi saluran penting dalam menyebarkan konsep pengujian bebas sebagai asas untuk menyediakan maklumat yang benar dan tidak berat sebelah kepada pengguna. Secara perlahan-lahan majalah tersebut menjangkau ke luar negara. Beberapa kumpulan pengguna telah ditubuhkan oleh mereka yang pernah mendengar tentang *Consumers Union*, atau membaca *Consumer Report* (Sim, 1991, 2). CU telah mempelopori kelahiran dan perkembangan beberapa persatuan pengguna di Eropah. Demikian juga dengan

penubuhan Pertubuhan Antarabangsa Kesatuan Pengguna (IOCU) pada April 1960 yang berpejabat di Netherlands. Menurut Warne (1982): Pada tahun 1952, *Consumers Union* mengasaskan program pemberian bantuan. Sementara kebanyakan wang digunakan dalam usaha perlindungan pengguna di Amerika Syarikat, sebahagian pula digunakan untuk membantu persatuan pengguna baru di luar negara.

Amerika Syarikat menjadi tempat kelahiran pergerakan pengguna yang wujud pada hari ini. Ini disebabkan oleh kebebasan pasaran yang maju dan berpotensinya untuk menjadi yang paling rosak. Malahan persatuan pengguna pertama, *Consumer League* (Liga Pengguna) ditubuhkan di bandar raya New York pada tahun 1899 oleh Florence Kelly dan pengikutnya. Liga ini menjalankan penyelidikan di kilang-kilang dan mendidik pengguna tentang tabiat pembelian.

Bagaimanapun, menurut Dorros (1985, 36), kepenggunaan sebagai pergerakan yang tersusun bermula di England pada tahun 1890. Beliau bagaimanapun tidak menghuraikan lebih lanjut tentang hal ini. Namun demikian, kesatuan sekerja dan pergerakan koperasi terlibat dalam perlindungan pengguna pada akhir abad ke-19 di England.

Biarpun begitu, tahun 1960-an menjadi pasang surut kepada kepenggunaan moden. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Rokiah Talib (1989): "Kemunculan kepenggunaan sebagai sebuah kuasa sosial hanya menjadi kenyataan pada tahun 1960-an, khususnya dengan pengisytiharan Presiden John F. Kennedy tentang hak-hak pengguna. Sebelum itu, dua kumpulan yang terdahulu - 1900 dan 1930-an bukanlah sebenar-benarnya sebuah pergerakan, ianya hanya merupakan sebuah jawatankuasa kecil yang prihatin yang melakukan beberapa siri tindakan yang berkaitan dengan perundangan perlindungan pengguna. Tahun 1930-an pula lebih dilihat waktu bangkitnya kesedaran yang

dirangsang oleh beberapa penerbitan jualan terbaik yang memberikan tumpuan terhadap beberapa isu yang dihadapi pengguna di pasaran."

Menurut Kotler (1974, 72) terdapat banyak alasan yang menyebabkan kepenggunaan bertenaga pada pertengahan 1960-an. Bagaimanapun fenomena ini bukanlah disebabkan oleh sesuatu faktor yang tertentu sahaja. Kepenggunaan dilahirkan semula kerana wujudnya semua syarat yang biasanya digabungkan untuk melahirkan sebuah pergerakan sosial yang berjaya. Kotler (1974) menyenaraikan semua syarat tersebut (1) struktur pendorong; (2) struktur ketegangan; (3) peningkatan kepercayaan yang menyeluruh; (4) faktor penyegeraan; (5) tindakan kerahan; dan (6) kawalan sosial. Lihat Jadual yang menerangkan faktor Kotler yang menyumbang kepada kebangkitan kepenggunaan pada tahun 1960-an.

Kotler merujuk struktur pendorong sebagai perkembangan asas dalam masyarakat yang kemudiannya menimbulkan pertentangan yang berkesan. Dalam tahun 1960-an tiga faktor utama dikenalpasti menyumbang kepada kepenggunaan:

(1) Tahap pendapatan dan pendidikan berkembang secara berterusan. Ini bermakna rakyat telah berasa prihatin terhadap kualiti hidup mereka, bukan sekadar kemewahan harta benda.

(2) Teknologi dan pemasaran semakin kompleks.

(3) Eksploitasi alam sekitar yang sewenang-wenangnya tanpa mengambil kira keseimbangannya. Para pemerhati mula melihat dengan jumlah kenderaan semakin banyak dan kemewahan yang meningkat telah menyebabkan kekurangan udara dan air yang bersih. Kekhuatiran Malthus bahawa pengguna akan kehabisan sumber yang mencukupi untuk diri mereka kian menarik perhatian.

Tahun 1960-an merupakan tahun yang membangkitkan rasa tidak puas hati dan kecewa di kalangan rakyat umum. Kegawatan ekonomi yang tercipta hasil inflasi yang berterusan menyebabkan pengguna merasakan pendapatan sebenar mereka menjadi kurang. Rasa tidak puas hati sosial berpusat kepada keadaan golongan miskin yang mendukacitakan, isu kaum, dan perbelanjaan peperangan yang besar di Vietnam. Rasa tidak puas hati ekologi berbangkit daripada kesedaran baru terhadap peningkatan penduduk dunia dan pencemaran radioaktif yang seiringan dengan perkembangan teknologi. Ketidakpuasan sistem pemasaran berpusat kepada keselamatan yang tergugat, barangan yang rosak, sungutan komersial dan gimik. Ketidakpuasan politik digambarkan oleh perasaan yang timbul secara meluas terhadap ahli politik dan institusi kerajaan tidak benar-benar memberikan perkhidmatan kepada rakyat. Kesemua perkembangan itu menghasilkan ketegangan struktur ketegangan yang utama dalam masyarakat.

Bagaimanapun, rasa tidak puas hati sahaja tidak memadai untuk membawa perubahan. Menurut Kotler (1974, 73), peningkatan kepercayaan yang menyeluruh perlu ada dalam kedua-dua sebab utama yang membawa kepada keadaan sosial yang tidak sihat dan keberkesanan pengaruh dalam tindakan sosial yang bersama. Di Amerika Syarikat, yang menjadi tempat kepenggunaan berkembang semula pada pertengahan 1960-an, beberapa faktor bebas kepada kewujudan pertumbuhan kepercayaan menyeluruh itu. Ia termasuk:

(1) Penulisan kritikan sosial seperti John Kenneth Galbraith, Vance Packard dan Rachel Carson, menyediakan tafsiran yang popular terhadap masalah dan tindakan penyelesaian.

(2) Perbahasan dan cadangan oleh segolongan kecil ahli kongres seperti Senator Estes Kefauver telah memberi harapan terhadap pembaikan perundangan.

(3) Perutusan pengguna oleh Presiden Kennedy pada tahun 1962 dan Presiden Johnson pada 1966 mengesahkan kepercayaan dan minat dalam bidang ini dari segi tindakan sosial.

(4) Pengujian pengguna dan organisasi pendidikan terus menarik perhatian rakyat kepada kepentingan pengguna.

Seterusnya menurut Kotler (1974, 74) dengan tumbuhnya kepercayaan bersama, kepenggunaan hanya memerlukan faktor penyegeraan untuk menyalakan bara bahan sosial yang tinggi. Dua percikan yang khusus telah meletuskan pergerakan pengguna. Pertama ialah General Motor tanpa disedari telah menjadikan Ralph Nader sebagai seorang wira apabila mereka cuba menyiasatnya; Kejayaan Nader menyerang balas General Motor menggalakkan pihak penganjur yang lain untuk mengambil tindakan berpadu terhadap sistem perniagaan. Yang lainnya pula menyebarkan berita dan tindakan spontan memboikot kedai oleh suri rumah untuk mendapatkan urusniaga yang lebih baik daripada pasaraya.

Peringkat seterusnya dalam faktor Kotler yang membawa kepada kebangkitan kepenggunaan di Amerika Syarikat ialah wujudnya tindakan kerahan. Menurut beliau, kemungkinan kepada ledakan ini akan hilang jika sumber tambahan bukannya merupakan tindakan kerahan. Terdapat tiga faktor kerahan kepada pengerakan pengguna.

(1) Liputan muka hadapan dan ruangan editorial media massa memberi sokongan kepada aktiviti menaja kepenggunaan. Mereka mendapati isu tersebut selamat, dramatik dan mempunyai nilai berita. Perhatian media tersebut diperluaskan melalui hebahan dari mulut ke mulut terus kepada luahan dan perasaan peringkat akar umbi.

(2) Sebahagian besar ahli politik di peringkat pusat dan negeri memilih kepenggunaan sebagai salah satu cara yang selamat, berpotensi besar untuk meraih undi melalui isu sosial.

(3) Meningkatnya beberapa pertubuhan yang wujud dan baru ditubuhkan untuk mempertahankan pengguna, termasuk kesatuan sekerja, koperasi pengguna, kesatuan kredit, pertubuhan pengujian barangan, pertubuhan pendidikan pengguna, kumpulan warga tua, firma undang-undang kepentingan awam dan agensi kerajaan.

Kepesatan pertumbuhan pergerakan pengguna pada zaman moden ini telah menyebabkan ia muncul di luar Amerika Syarikat pada tahun 1950-an. Pada tahun 1956 Colston E. Warne, ahli pengasas *Consumers Union* dan IOCU telah menulis memorandum kepada tiga pegawai di Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu merakamkan minat yang wujud pada ketika itu di beberapa buah negara di dunia untuk menubuhkan pertubuhan pengguna yang menyerupai *Consumers Union* di Amerika Syarikat. Menurut Warne, CU telah menerima beberapa pertanyaan daripada Britain, Pakistan, Itali, Afrika Selatan, India, Perancis, Belgium, Iceland, Australia, Switzerland, Israel, Canada, Jerman, Norway, Sweden, Denmark dan Holland.

Pada akhir tahun 1959 Colston Warne melaporkan di sebuah persidangan pengguna di Boston bahawa hampir seluruh negara di Eropah Barat mempunyai persatuan-persatuan pengguna. Negara yang beliau kenalpasti mempunyai pergerakan pengguna ialah: Great Britain, Belgium, Denmark, Holland, Norway, Sweden, Australia, Jerman, Perancis, Ireland, Finland dan Itali. Warne menamakan empat pertubuhan di Eropah: *Consumentenbond* di Belanda (1953), *Consumers' Association* di United Kingdom (1957), *Union Belge des Consummateurs* (1957) kini dikenali sebagai *Association des Consommateurs/Verbruikersunie* di Belgium dan *Union*

Federale de las Consommation di Perancis telah mula menerbitkan bahan maklumat untuk pengguna, termasuk laporan barangan yang telah mereka uji sendiri.

Seperti di Switzerland, Warne (1959) melaporkan telah wujud Institut Ekonomi Isi Rumah Swiss yang menyediakan perkhidmatan yang berguna untuk pengguna. Namun ia bukanlah sebuah pertubuhan pengguna.

Selain daripada negara-negara di luar Eropah Barat, Warne juga (1959) melaporkan di Sydney, Australia telah ditubuhkan Persatuan Pengguna Australia pada tahun tersebut. Memorandum dan Perlembagaannya *merupai Consumers'* Association di United Kingdom dan *Consumers Union* di Amerika Syarikat. Ia bercadang untuk memulakan penerbitannya sendiri pada awal tahun 1960.

Pada tahun 1959 juga, Warne (1959) melaporkan kerajaan New Zealand telah meluluskan penubuhan Majlis Pengguna New Zealand. Menurut Warner (1959): "Majlis Pengguna New Zealand ini bertujuan untuk bersikap membina dan membela. Ia akan mencadangkan barangan dan perkhidmatan yang berkualiti tinggi dan memberi komen terhadap barangan yang tidak elok dan amalan yang curang."

Akhir sekali, Warne (1959) melaporkan bahawa banyak negara lain yang mempunyai pertubuhan pengguna, antaranya di Kanada, Israel, India, Afrika dan Jepun. Bagaimanapun tidak ada di antara pertubuhan-pertubuhan tersebut yang mengadakan ujian barangan pengguna secara besar-besaran. Menurut Warne (1959) pertubuhan pengguna yang terkuat mungkin Persatuan Pengguna Kanada yang merupakan sebuah pertubuhan wanita yang mengerahkan tenaga mereka untuk matlamat pendidikan dan perundangan dalam bidang kepenggunaan.

Dua faktor yang menyebabkan pertumbuhan pesat pertubuhan pengguna yang bebas di Eropah Barat dan Amerika Utara. Pertamanya ialah masa yang sesuai. Pada tahun 1950-an pengeluaran secara besar-besaran dan kehidupan yang mewah telah melahirkan masyarakat yang memerlukan maklumat yang berguna dan bermatlamat. Menurut Peter Goldman, Pengarah *Consumers' Association* di United Kingdom antara tahun 1965 hingga 1987: Mereka telah mendapat masa yang sesuai, sama ada dari segi penghakiman atau kemalangan, yang sebenar-benarnya ... catuan dan kawalan makanan baru sahaja berakhir ... kedai mulai dipenuhi dengan semua jenis barangan yang berlainan dan orang ramai inginkan maklumat seperti orang miskin yang lapar mengelilingi dapur sup" (Epstein, 1989).

Sebab kedua bagi kejayaan pada peringkat awal ini ialah kegiatan misionari dan dakwah yang menjadi peneroka kepada pergerakan pengguna. Semangat membara mereka yang tegas menjadi penghalang yang kuat. Mereka berasa agak sukar untuk menentang para pengguna terhadap barangan mereka; mereka mempunyai sedikit atau tidak mempunyai modal langsung kecuali yang didermakan atau dipinjamkan oleh kawan-kawan dan dermawan. Mereka berharap keluaran pertama majalah yang diterbitkan itu menerima langganan yang mencukupi untuk membayar pencetak dan mengeluarkan isu yang seterusnya. Namun begitu semangat mereka tidak pernah pudar. Semangat yang tinggi ini menggambarkan sokongan kuat mereka kepada sesiapa yang ingin memulakan pertubuhan pengguna di mana-mana sahaja (Sim, 1991).

Tambahan pula, menurut Carpar Brook (1959) perubahan yang berlaku dalam masyarakat di Britain dan kebanyakan negara di Eropah Barat yang pada masa itu telah membantu pertubuhan pengguna mencapai kejayaan. Brook (1959) menyenaraikan lima aliran yang telah

kepenggunaan di Eropah Barat. Antaranya:

(1) Rakyat mempunyai wang yang banyak untuk dibelanjakan berbanding sebelumnya. Pendapatan pengguna bertambah.

(2) Terdapat lebih banyak tekanan untuk membeli. Pertambahan yang menggalakkan dalam perbelanjaan iklan menyumbang kepada tekanan untuk membeli.

(3) Barangan menjadi semakin kompleks. Dengan ketibaan barangan yang baru dan proses pengeluaran yang baru menyebabkan pengguna sukar membuat pilihan. Kesannya pengguna sudah pasti akan berasa keliru dan menyebabkan ramai pengguna yang mengalami kekecewaan.

(4) Bentuk tradisi dalam perlindungan Pengguna ialah pembangunan. Di antaranya ialah beberapa undang-undang seperti Akta Jualan Barangan, Akta Timbang dan Sukat, Akta Perihal Dagangan dan banyak lagi. Begitu juga terdapat piawaian yang dibuat oleh institusi piawaian. Banyak industri dan peniaga yang telah mengadakan piawaian dan kod amalan perniagaan mereka sendiri. Di samping itu, piawaian profesional dan kod amalan seperti doktor, akauntan dan peguam, telah diambil bagi menyediakan pengguna dengan pelbagai perlindungan. Industri periklanan juga telah mengambil tindakan, menurut pemerhatian pihak luar, sebagai satu usaha yang terdesak, telah mengadakan piawaian profesional. Brook (1959) juga menyentuh tentang media massa dalam pelbagai bentuk akhbar harian, mingguan dan berkala sama ada berbentuk umum atau khusus telah memainkan peranan dalam menyediakan pengguna dengan beberapa bentuk perlindungan. Barangan baru di pasaran dihuraikan dalam ruangan editorial, walaupun ruangannya amat kurang jika dibandingkan

walaupun ruangannya amat kurang jika dibandingkan dengan yang lain.

(5) Laporan yang jujur tentang ujian perbandingan merupakan langkah akhir yang masuk di pasaran. Menurut Brook (1959) tindakan pengguna terhadap aktiviti seumpama ini amat mengkagumkan. Umpamanya *Association for Consumer Research* (UK) ditubuhkan pada tahun 1957, telah menerbitkan majalah *Which*, yang pada suku pertama telah mendaftarkan seramai 26,000 orang ahli dan pada akhir tahun pertama, keahlian mencapai 84,000 orang.

Pergerakan pengguna di negara maju terus berkembang dengan kadar yang cepat. Kebanyakan mereka telah turut membantu dalam pembangunan pertubuhan pengguna di negara sedang membangun.

BAB LIMA
KEPENGGUNAAN DI NEGARA SEDANG MEMBANGUN

Sementara kemunculan kepenggunaan di negara perindustrian seperti Amerika Utara dan Eropah Barat pada dasarnya dikaitkan dengan ujian perbandingan yang bebas dan penjualan maklumat tentang pengguna yang sesuai. Kepenggunaan di negara sedang membangun pula dihubungkan dengan tindak balas terhadap seringnya berlaku kekurangan barangan asas, harga yang tidak wajar dan kenaikan harga barangan yang tidak munasabah, barangan yang rendah kualiti dan perlambakan oleh syarikat multinasional, amalan perniagaan yang curang dan iklan yang tidak benar.

Lantaran itu, pergerakan pengguna di negara dunia ketiga lebih tertumpu kepada kegiatan bagi memastikan barangan keperluan dan hak-hak asas terutama bekalan makanan yang mencukupi pada paras harga yang patut, pakaian, kawalan kebersihan, penjagaan kesihatan, tempat perlindungan dan sebagainya. Kepenggunaan di negara dunia ketiga lebih cenderung ke arah penganjuran bagi mendapatkan undang-undang yang mencukupi dan keberkesanan penguatkuasaan untuk memberikan perlindungan pengguna yang lebih baik.

Dari perspektif negara dunia ketiga, kesengsaraan pengguna dikatakan disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya:

(1) Sebahagian besar pengguna adalah miskin dan buta huruf.

(2) Kurangnya kesedaran tentang kepenggunaan dan hak-hak asasi yang lain.

(3) Sebahagian besar pengguna tidak mempunyai saluran sesuai untuk menuntut keadilan daripada institusi seperti kerajaan dan industri.

(4) Jentera perundangan jarang bertindak sebagai alat pencegahan dan tindakan awam masih pada tahap kurang bersemangat.

(5) Kebanyakan kerajaan tidak mengambil berat, malahan turut menggalakkan perlambakan bagi mendapatkan keuntungan jangka pendek seperti pertukaran asing yang cepat atau bagi menarik pelabur asing.

(6) Kurangnya organisasi yang tersusun, kumpulan pengguna yang menjadi tumpuan ramai dengan mempunyai kemahiran dan sumber yang perlu.

(7) Kurangnya maklumat yang tepat dan sesuai pada masanya.

Dalam konteks negara Asia Tenggara, kedatangan kepenggunaan di rantau ini berasal daripada keadaan kekacauan yang berlaku pada tahun 1960-an disebabkan oleh kegawatan ekonomi dan penyakit sosial yang lain. Menurut Budomo (1987, 89) walaupun kepenggunaan terkenal dalam ekonomi barat, ia merupakan satu konsep yang baru di Filipina, di samping cabangnya, perlindungan pengguna dan pendidikan pengguna. Pergerakan kepenggunaan dimulai di Filipina pada tahun 1962 apabila persatuan pengguna ditubuhkan oleh Duta R. Soriano. Bagaimanapun, pertubuhan ini mati dengan sendirinya selepas hanya beberapa tahun disebabkan kekurangan sumber kewangan dan minat yang tulen di kalangan ahlinya. Demikian juga dengan kecenderungan sikap '*ningas cogon*' (ambil mudah) bagi rakyat Filipina (Doros, 1985, 38; Budomo, 1987, 89).

Bagaimanapun, pada 13 Mac 1963 *Consumer Federated*

Groups of the Philippines (Persekutuan Kumpulan Pengguna Filipina - CFGP) telah ditubuhkan. Ia telah bekerjasama rapat dengan Gabungan Kelab-Kelab Wanita Kebangsaan dan bertanggungjawab mengusahakan pendidikan pengguna dalam bentuk syarahan tentang cara-cara menambah pendapatan seseorang. CFGP juga dianggap sebagai penggerak utama di sebalik acara tahunan "Minggu Perlindungan Pengguna" yang diadakan pada minggu pertama bulan Oktober. Pada tahun 1974, CFGP bersama-sama dengan Pusat Undang-undang, Universiti Filipina telah merangka "Cadangan Kod Pengguna Filipina". Namun kod ini tidak diluluskan.

Kemunculan kepenggunaan di Filipina didakwa sebagai pertentangan golongan miskin Filipina yang terhimpit oleh kekacauan akibat inflasi yang buruk disebabkan oleh tekanan ekonomi. Begitu juga dengan harga yang tidak wajar, kualiti barangan yang rendah, perlambakan oleh syarikat multinasional dan iklan yang mengelirukan (Budomo, 1987, 86).

Walaupun secara relatifnya, kepenggunaan bermula awal di Filipina berbanding dengan negara ASEAN yang lain, namun ia agak lambat berkembang. Raul Tabios dalam rencananya "*Consumerism on the Homefront*" memberikan beberapa sebab mengapa pertumbuhan pergerakan pengguna lambat berkembang di Filipina:

Pertama, pergerakan tersebut lemah dari segi struktur organisasinya. Ia kurang padu, kesepaduan tujuan dan wawasan. Kedua, ia telah mengkhususkan kepada aktiviti 'selamat' yang sempit yang tidak memberikan kepentingan, kesan dan tujuan yang meluas. Ketiga, ia tidak mendapat sokongan daripada pihak yang berkuasa, iaitu sektor berpengaruh dalam masyarakat seperti media massa, malahan daripada pihak yang mereka perjuangkan - para pengguna. Keempat, ia tidak mempunyai jentera yang licin bagi mencapai matlamatnya; kekurangan sumber; kekurangan tenaga manusia. Kelima,

pertumbuhan dan kekuatan pergerakan terbantut oleh sikap tenang rakyat Filipina yang mempunyai kecenderungan untuk menerima apa sahaja, mereka akan tersenyum dan menanggung bebannya daripada membuat aduan atau menunjukkan tentangan. (Sunday, 30 September 1984, p. 3).

Perkembangan kepenggunaan yang lembab di Filipina turut dihadapi oleh pergerakan pengguna di negara-negara sedang membangun yang lain. Sebab berlakunya sikap tidak peduli penguna dan kepenggunaan tidak berkembang pesat di negara dunia ketiga mungkin mempunyai kebenaran sebagaimana yang diutarakan oleh Anwar Fazal, President *Consumer International* ketika itu, dalam majlis pembukaan Seminar Perlindungan Pengguna ASEAN yang pertama di Filipina pada 1980. Beliau menegaskan:

"Sering diperkatakan bahawa pengguna adalah bersikap tidak peduli dan inilah masalah mereka. Saya percaya sikap tersebut lahir kerana mereka sering takut dan tidak yakin dengan kebolehan pihak berkuasa menguruskan masalah mereka, kos membuat aduan terlalu tinggi dan tindakan yang diambil sering mengecewakan. Dalam masyarakat yang berperaturan, dan kebanyakan kita mengetahui apa yang saya maksudkan, kita sering diajar untuk tidak mengganggu ketenteraman. Kawalan terhadap maklumat dan iklan yang berpengaruh telah menggoda kita dan membuai kita dengan rasa keyakinan yang salah".

Adalah mudah untuk menyalahkan seseorang, mengatakan mereka dapat apa yang diingini, apa yang sepatutnya mereka dapat. Dalam masyarakat seperti ini, syarikat besar telah mencemarkan alam sekitar secara berleluasa, manakala penjaja pula disaman kerana membuang sampah atau mengganggu lalu lintas. Ini merupakan satu penyelewengan nilai yang besar. Taktik pemujukan massa secara berkesan oleh agensi periklanan sering kali merupakan syarikat multinasional tidak hanya

memberikan pengguna pilihan sebenar yang sempit, tetapi sering menjadikan masyarakat sebagai tawanan kepada penyelewengan nilai dan harapan yang sia-sia."

Pada tahun 1960-an juga memperlihatkan kewujudan tiga persatuan pengguna di sebuah lagi negara ASEAN, iaitu Malaysia. Persatuan Pembeli Pulau Pinang telah ditubuhkan pada tahun 1964 tetapi terkubur selepas beberapa bulan disebabkan ketidakmampuannya mendapatkan ahli yang berminat dan mengadakan aktiviti yang teratur; Persatuan Pengguna Selangor telah ditubuhkan pada tahun 1965 dan kini dikenali sebagai Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan; dan Persatuan Pengguna-Pengguna Pulau Pinang pada tahun 1969.

Walau bagaimanapun, tahun 1970-an merupakan tahun yang bersejarah bagi kepenggunaan di Asia Tenggara, khususnya di negara-negara ASEAN. Di Malaysia, ke semua 13 buah negeri mempunyai persatuan pengguna negeri sendiri termasuk sebuah persatuan di peringkat kebangsaan. Di Filipina, tiga kumpulan pengguna utama telah ditubuhkan. Di Indonesia, sebuah pertubuhan bukan kerajaan, Yayasan Lembaga Konsumen telah dibentuk pada tahun 1973. Di Singapura, *Consumers' Association of Singapore* (Persatuan Pengguna Singapura - CASE) ditubuhkan pada tahun 1972. Di Thailand, tahun 1970-an menampakkan bukan hanya beberapa pertubuhan yang berkaitan dengan pengguna telah lahir, tetapi juga penggubalan Akta Perlindungan Pengguna (1979) yang mengiktiraf empat hak pengguna. Empat hak tersebut ialah:

(1) Hak untuk menerima maklumat dan keterangan yang betul dan mencukupi di samping mengenai kualiti barangan atau perkhidmatan;

(2) Hak untuk menikmati kebebasan membuat pilihan terhadap barangan atau perkhidmatan;

(3) Hak untuk jaminan keselamatan dalam penggunaan barangan atau perkhidmatan; dan

(4) Hak untuk mendapatkan perhatian terhadap kecederaan dan pampasan ke atasnya.

Di peringkat serantau pula, dua peristiwa penting berlaku pada tahun 1970-an yang mempercepatkan kepenggunaan di Asia dan Pasifik, khususnya Asia Tenggara.

Pertama, mesyuarat yang berlangsung di Singapura antara 4 hingga 8 Februari 1974, terdiri daripada perwakilan daripada lebih kurang 30 buah negara, 24 daripadanya daripada rantau Asia dan Pasifik, membincangkan "Pendidikan Kemasyarakatan Tentang Perlindungan Pengguna." Para perwakilan memberikan tumpuan kepada keperluan segera untuk mengadakan satu program perlindungan pengguna di rantau ini. Mereka mengutarakan rasa amat prihatin tentang kekurangan undang-undang keselamatan pengguna bagi perkara-perkara yang asas dan keluhan terhadap kurangnya tindakan penguatkuasaan bagi mengatasinya. Mesyuarat tersebut menyediakan satu garis panduan program pengguna dan ia juga membawa kepada penubuhan segera Pejabat Wilayah IOCU bagi Kawasan Asia dan Pasifik, yang kini terletak di Pulau Pinang, Malaysia (Anwar Fazal, 1981, 10).

Pejabat Wilayah CI (CI-ROAP) di Pulau Pinang semenjak penubuhannya sangat aktif dalam perlindungan pengguna. Ia mempunyai program kegiatan pendidikan pengguna, maklumat dan pengujian yang menghasilkan beberapa siri bengkel, kursus latihan dan seminar. Juga, melalui kaedah jaringan, bertindak sebagai pusat penyelarasan untuk kempen secara global tentang kepentingan pengguna yang tertentu, dan pengenalan Interpol Pengguna pada tahun 1981, yang membolehkan ahli-ahli menyebarluaskan perihal barangan eksport dan

import yang berbahaya. Dengan demikian pengguna akan diberikan nasihat dan kerajaan didesak untuk mengadakan perlindungan yang sewajarnya.

Kedua, pada 7 hingga 9 Februari 1974, Sidang ke-23 Setiausaha-Setiausaha Agung ASEAN yang diadakan di Kuala Lumpur, Malaysia, telah bersetuju untuk mencadangkan kepada Persidangan Menteri-Menteri ASEAN supaya menubuhkan Agensi Perlindungan Pengguna ASEAN. Badan ini yang bermatlamat untuk melindungi pengguna-pengguna di negara ASEAN daripada kualiti barangan yang tidak memenuhi piawaian dan rendah mutunya serta barangan import yang datang daripada luar ASEAN yang mengelirukan. Namun idea ini masih tidak menjadi kenyataan.

Pada tahun 1980, Seminar Perlindungan Pengguna ASEAN yang pertama diadakan di Quezon City, Filipina. Dalam seminar tersebut, Piagam Tindakan Pengguna CI dan Pengisytiharan Hak-Hak Pengguna diterima secara rasmi buat pertama kalinya apabila para peserta menerimapakai satu deklarasi pada penutup mesyuarat itu yang mengiktiraf hak-hak itu dan prinsip tindakan.

Apa yang menarik dalam seminar tersebut ialah semua pembentang daripada negara peserta Seminar Perlindungan Pengguna Pertama ASEAN adalah terdiri daripada pegawai kerajaan. Mereka mempunyai pendapat yang sama iaitu perlindungan pengguna perlu disegerakan. Sebagai contoh, wakil Singapura, Richard Magnus (1981, 69) menganggap ia disebabkan oleh bertambahnya kerumitan di pasaran, perindustrian dan pengeluaran secara besar-besaran, tekanan teknik jualan yang tinggi dalam negara yang gemarkan persaingan. Keadaan barangan dan perkhidmatan yang baru dan canggih di dalam pasaran telah menyebabkan pengguna mengalami kesulitan untuk membuat pilihan.

Pembentang daripada Filipina, Castillijos juga menyentuh

tentang faktor pengeluaran secara besar-besaran, penyegeraan dalam perkembangan teknik, pertambahan kuasa membeli dan perluasan pasaran, barangan dan perkhidmatan yang pelbagai jenis dan kompleks, yang dipromosi melalui teknik penjualan yang hebat dan canggih. Ini telah menimbulkan banyak masalah kepada pengguna. Beliau seterusnya menyatakan bahawa, keadaan-keadaan inilah yang menyebabkan pengguna bertambah sukar untuk mengenalpasti bahaya yang mungkin terdapat pada barangan yang ditawarkan, mengiktiraf akta dan amalan penjualan barangan yang tidak jujur, bersifat memperdaya dan tidak munasabah yang dikenakan oleh peniaga yang curang. Oleh itu, kedudukan pengguna perlulah diperkuatkan dengan segera.

Penceramah daripada Indonesia juga memperkatakan tentang masalah yang dihadapi oleh pengguna disebabkan oleh perkembangan teknologi yang pesat dalam pelbagai bidang, bertambahnya jumlah dan pelbagai barangan dan taraf hidup yang meningkat sehingga menyebabkan pengguna berasa perlu kepada pelbagai barangan dan perkhidmatan tersebut.

Bagaimanapun, perwakilan Indonesia itu merasakan di kebanyakan negara sedang membangun, hak-hak pengguna tidak begitu diberikan perhatian yang sewajarnya kerana beberapa sebab, seperti:

- ketiadaan undang-undang dan peraturan yang bersesuaian bagi perlindungan pengguna.

- kurangnya penguatkuasaan secara tetap bagi undang-undang dan peraturan yang sedia ada kerana jumlah kakitangan yang kecil dan peralatan teknikal yang disediakan tidak mencukupi.

Perwakilan Malaysia, Tey Boon Hwa membangkitkan tentang perlindungan pengguna yang menjadi semakin

penting pada masa itu. Oleh kerana keadaan kehidupan seharian semakin canggih, maka permintaan barangan perlu dan mewah kian bertambah dan keperluan kepada barangan yang berkualiti amat mendesak. Selain itu, masyarakat umum menuntut keadilan ekonomi di pasaran sehingga memaksa kerajaan campur tangan dengan mengadakan sistem pasaran bebas.

Faktor-faktor yang menyumbang kepada bertambahnya minat dalam perlindungan pengguna sebagaimana dibentangkan oleh pegawai kerajaan dari negara-negara sedang membangun tersebut pada tahun 1980 mempunyai persamaan dengan hujah yang diperkatakan oleh guru-guru pemasaran (seperti Kotler) dan aktivis-aktivis pengguna (seperti Caspar Brook) di negara perindustrian pada awal tahun 1960-an. Tidaklah memeranjatkan jika kebanyakan pertubuhan pengguna di negara sedang membangun pada akhir tahun 1990-an dan awal abad ke-21 masih lagi memperjuangkan tentang keperluan asas, undang-undang pengguna yang asas dan penguatkuasaan undang-undang yang berkesan.

Lantaran itu, menurut Ellwood (1984, 5) pada tahun 1980-an, pergerakan pengguna di negara-negara membangun dan sedang membangun semakin sedar akan sejarah dan keperluan untuk meletakkan kedudukan rakyat di tengah-tengah. Pada dekad yang lalu, pergerakan pengguna menyedari keperluan menuntut hak-hak asas bagi semua pengguna. Ia bukan hanya untuk negara perindustrian yang secara tradisinya menyedari tentang keselamatan barangan dan nilai untuk wang. Ia juga untuk golongan yang miskin, tidak berkuasa dan tiada keistimewaan: pengguna yang mengalami hakisan kebebasan pasaran akibat kemiskinan dan keperluan asas seperti kawalan kebersihan, penjagaan kesihatan, pendidikan, pemakanan - sering dilupakan oleh sistem ekonomi yang pengeluarnya semata-mata mementingkan wang, bukannya keperluan sebenar rakyat.

Begitu juga, pertubuhan pengguna Dunia Ketiga telah menjadi penggerak dalam menyebarkan pandangan terhadap isu pengguna. Kebanyakan mereka mulai melihat masalah asas sosial dan ekonomi secara kritikal. Ekoran daripada itu, mereka mulai mengajukan persoalan tentang kedua-dua pengeluaran dan pengedaran barangan dan perkhidmatan. Seperti juga pertubuhan pengguna di negara perindustrian, mereka juga prihatin terhadap kualiti dan keselamatan. Namun, mereka juga mulai memikirkan tentang pilihan sebenar tentang barangan yang dikeluarkan.

Pada tahun 1980, menurut Anwar Fazal (1981, 11) menyaksikan buat pertama kali (di dunia pada pandangan beliau) Kursus Latihan Laporan Pengguna Untuk Wartawan dan Editor Jurnal Pengguna di Rantau ASEAN telah diadakan.

Sebelum itu, menurut Anwar Fazal lagi, buat pertama kali juga (di dunia) Kursus Latihan Dalam Pendidikan Pengguna Menerusi Radio untuk Pendidik dan Penyiar Pengguna ASEAN telah diadakan di Kuala Lumpur selama sebulan.

Kepenggunaan di negara membangun akan terus berkembang, khususnya sepanjang tempoh krisis atau gawat ekonomi dan inflasi yang tinggi. Malahan kerajaan negara membangun telah memberi pengiktirafan dan turut memberikan peruntukan kewangan kepada pertubuhan pengguna. Hal ini jelas berlaku terutamanya di Malaysia yang kerajaan telah lama memberikan subsidi untuk aktiviti persatuan pengguna, namun masih membenarkan mereka bersuara secara bebas. Kerajaan juga telah membantu dalam pembangunan badan pengguna di kawasan luar bandar. Begitu juga dengan penubuhan Majlis Hal Ehwal Pengguna di peringkat Negeri dan Daerah sebagaimana yang diminta oleh FOMCA.

Wakil-wakil persatuan pengguna turut dijemput menganggotai beberapa badan yang ditubuhkan untuk

menangani masalah ekonomi, sosial dan sebagainya. Ini menunjukkan pengiktirafan kerajaan terhadap peranan pergerakan pengguna.

BAB ENAM
KEPENGGUNAAN DI PERINGKAT ANTARABANGSA

Pada tahun 1960, ekonomi dunia menjadi saling berkaitan sehingga dunia sendiri menjadi sebuah pasaran. Sistem pasaran berkembang ke seluruh pelosok dunia. Pertumbuhan syarikat transnasional telah menukarkan dunia menjadi kilang sejagat dan pasaran tempatan menjadi pusat membeli belah sejagat. Dengan itu, keperluan kepada sebuah badan pengguna antarabangsa amat diperlukan.

April 1960 menjadi mercu tanda bagi perkembangan pergerakan pengujian pengguna dunia. Pada tarikh tersebut, mesyuarat yang diadakan di Hague, perwakilan daripada 16 buah kumpulan pengguna dari 11 buah negara menubuhkan Pejabat Antarabangsa, Pertubuhan Antarabangsa Kesatuan Pengguna (International Organisation of Consumer Union - IOCU), yang bertindak sebagai badan penjelasan pusat pengumpulan idea, kaedah dan keputusan pengujian. Pengumuman rasmi pengasasan IOCU telah dibuat dalam satu persidangan pengujian pengguna, yang ditaja oleh Pertubuhan Kerjasama Ekonomi Eropah di Paris pada 7 hingga 9 April (IOCU Newsletter, No. 3 1990 h. 2).

Pada 1991, IOCU telah berubah bukan sahaja dari segi namanya (perkataan 'Pejabat' ditukarkan kepada "Pertubuhan' pada tahun 1964). Bermula dengan lima buah pertubuhan pengguna daripada negara perindustrian, ia telah berkembang kepada lebih 181 ahli daripada 64 negara pelbagai peringkat pembangunan dan ideologi.

Ketika Kongres Pengguna Dunia Ke-14 di Perancis pada tahun 1996, IOCU secara rasmi menukarkan namanya kepada *Consumer International* (Pengguna Antarabangsa)

atau singkatannya "CI".

Ketika Kongres Pengguna Sedunia ke-15 di Chile pada bulan November 1997 pula, ahlinya dilaporkan sebanyak 239 yang beroperasi di 107 buah negara. Ibu pejabat CI kini telah berpindah daripada The Hague, Belanda ke London, United Kingdom. CI juga kini mempunyai tiga buah pejabat wilayah, iaitu Pejabat Wilayah Bagi Asia dan Pasific (ROAP) yang terletak di Pulau Pinang, Malaysia; Pejabat Wilayah Bagi Amerika Latin dan Caribbean (ROLAC) di Santiago, Chile dan Pejabat Wilayah Bagi Afrika (ROAF) di Harare, Zimbabwe. Demi berkhidmat kepada negara-negara yang membangun dan sedang membangun dari segi ekonomi, CI mempunyai sebuah seksyen di bawah seorang Pengarah Program Ekonomi Membangun dan Sedang Membangun di London. Untuk polisi dan kempen, CI juga mempunyai sebuah unit khas yang diketuai oleh seorang Pengarah Polisi dan Kempen Global di ibu pejabatnya.

Consumer International memulakan usaha untuk berkhidmat sebagai pusat penjelasan maklumat bagi pertubuhan pengujian di Amerika Utara, Eropah dan Australia, kini melindungi dan menganjurkan kepentingan pengguna seluruh dunia melalui penyelidikan, maklumat dan pendidikan. Juga, ia mewakili kepentingan pengguna di arena antarabangsa.

Pada 1998, CI menjadi persekutuan pertubuhan pengguna yang bertujuan untuk perlindungan dan promosi kepentingan pengguna seluruh dunia melalui penubuhan institusi, pendidikan, penyelidikan dan melobi badan pembuat keputusan antarabangsa. CI pada masa ini mengadakan jaringan aktiviti dengan 247 ahli kumpulannya di 111 buah negara. Jumlah keahlian CI ini akan pasti meningkat dengan meningkatnya keaktifan pengguna.

Pada hari ini, CI menjadi sebuah pertubuhan bebas, tidak

menyokong mana-mana parti politik dan industri. Ia mendapat sumber kewangan daripada yuran ahli pertubuhan dan bantuan kewangan daripada Yayasan dan Kerajaan. Separuh daripada pendapatan CI datang daripada yuran keahlian. Ahli penuh membayar 0.75 peratus daripda pendapatan kasar tahun sebelumnya. Ahli gabungan dan ahli gabungan kerajaan membayar yuran tahunan sebagaimana yang telah ditetapkan oleh CI. Ini berkaitan dengan saiz dan sumber pertubuhan tersebut. Selebihnya adalah peruntukan daripada kerajaan, agensi pelbagai negara, pertubuhan bukan kerajaan, badan amanah serta yayasan.

Keahlian CI dibahagikan kepada tiga kategori: ahli penuh, ahli gabungan dan ahli gabungan kerajaan. Kedua-dua ahli penuh dan gabungan secara khusus aktif untuk kepentingan pengguna dan tidak mengambil berat terhadap kemajuan aktiviti komersial. Bagaimanapun, ahli penuh tidak boleh mengadakan hubungan usahasama dengan mana-mana parti politik dan tidak boleh menerima pengiklanan dalam penerbitannya. Ahli penuh mestilah bersifat tidak mementingkan keuntungan dan tidak terpengaruh atau terikat dengan mana-mana peruntukan yang diterimanya.

Ahli gabungan kerajaan pula ialah jabatan kerajaan, pihak berkuasa penguatkuasa atau agensi anti amanah yang menjadi sebahagian daripada jentera kerajaan. Ia mesti menyokong dan saling melengkapi kebebasan ahli CI, aktif dalam kepentingan pengguna dan tidak mengambil berat terhadap kemajuan aktiviti sosial.

Pembangunan pergerakan pengguna yang kuat di seluruh dunia menjadi matlamat utama dalam aktiviti-aktiviti CI. *Consumer International* menyokong pertubuhan pengguna yang baru. Ini khususnya di negara yang pergerakan penggunanya adalah lemah, maka diwujudkan berbagai aktiviti seperti latihan, maklumat dan nasihat.

Melalui pejabatnya di London (sebelumnya di The Hague), Pulau Pinang, Santiago (sebelumnya di Montevideo) dan Harare, CI menghubungkan aktiviti ahli-ahlinya dan merangsang usaha semua kawasan di dunia yang pergerakan penggunanya adalah baru; memulakan usaha penyelidikan dan tindakan terhadap isu multinasional seperti farmasi, racun makhluk perosak, tembakau dan susu bayi; mengadakan kemudahan pengujian pembandingan barangan dan perkhidmatan pengguna; dan menyokong kes pengguna di forum antarabangsa dan di mana-mana sahaja.

Perhatian utama CI dan ahli-ahli untuk menganjurkan keadilan sosial dan kesaksamaan di pasaran dapat dilihat daripada lapan hak-hak pengguna: hak kepada keperluan asas, keselamatan, maklumat, pilihan, perwakilan, mendapat gantirugi, pendidikan pengguna dan alam sekitar yang sihat.

CI memperkuatkan peranannya dalam menyediakan forum untuk kumpulan berkongsi maklumat, belajar kemahiran baru dan bekerjasama dengan menubuhkan jaringan, jawatankuasa dan kumpulan kerja. Sebahagiannya adalah:

Interpol Pengguna - ditubuhkan oleh CI hasil daripada bertambahnya keprihatinan terhadap barangan eksport yang diharamkan atau disekat di negara asalnya. Ia berkhidmat sebagai sistem amaran awal untuk membanteras pemasaran barangan yang berbahaya, hasil buangan dan teknologi.

Jaringan Pendidik Pengguna (CEN) - ditubuhkan bagi menghubungkan para pendidik pengguna dan sebagai alat untuk berkongsi maklumat dan sumber.

Jaringan Penerbit Buku - Perlu dinyatakan bahawa IOCU sangat aktif dalam bidang penerbitan. Kebanyakan buku-buku terbitan IOCU telah membawa kepada perubahan

dasar kepada pengguna seluruh dunia.

Pada November 1997, CI membantu menubuhkan suatu jaringan baru 'Persatuan Antarabangsa Pegawai-Pegawai Hal Ehwal Awam (ISCAO - International Society of Consumer Affairs Officials) bagi pegawai-pegawai kerajaan yang terlibat dalam hal ehwal pengguna. ISCAO membantu pegawai-pegawai kerajaan berkenaan untuk berkongsi maklumat dan pengalaman.

Juga, CI mengadakan pelbagai Jawatankuasa tetap dan kumpulan kerja, seperti dalam pengujian, pendidikan, maklumat dan dokumentasi kesihatan dan pengangkutan udara di samping beberapa perkara yang lain yang berkaitan dengan kepentingan pengguna apabila ia benar-benar diperlukan.

Tambahan pula, CI menyokong dan terlibat dalam jaringan antarabangsa yang melibatkan secara mendalam kerja-kerja yang berkaitan dengan pengguna. Sebagai contoh, CI bekerjasama dengan kumpulan yang sealiran dengannya seperti Jaringan Tindakan Makanan Bayi Antarabangsa (IBFAN); Badan Bertindak Kesihatan Antarabangsa (HAI) dan Rangkaian Tindakan Racun Makhluk (PAN).

Foo Gaik Sim (1991, 114) menerangkan CI sebagai organisasi dalam organisasi; bekerja dengan organisasi lain adalah lumrah baginya. Kebanyakan projek antarabangsa awal (seperti kaji selidik perkhidmatan televisyen pada tahun 1967, dan kaji selidik tentang dadah kloramfenicol dan kliokuino pada tahun 1973 dan 1975) adalah hasil gabungan usaha ahli-ahli kumpulan dan Sekretariat CI. Malahan surat berita CI yang pertama, *IOCU Bulletin* telah diusahakan penyuntingannya oleh *U.K. Consumers' Association* bagi pihak CI. Jawatankuasa dan kumpulan kerja dibentuk daripada ahli-ahlinya telah ditubuhkan bagi menangani isu yang khusus. Jawatankuasa pengujian CI, Jawatankuasa Pendidikan dan Jawatankuasa

Pembangunan, sebagai contoh, bermula sejak awal penubuhan CI.

Walaupun CI lebih banyak menumpukan perhatian bekerjasama dengan ahli-ahlinya, namun ia tidak menyisihkan pertubuhan-pertubuhan yang lain. Pertubuhan luar seperti persatuan kawalan kualiti, badan piawaian, kumpulan wanita dan koperatif pengguna turut terlibat dalam beberapa aktiviti CI sejak penubuhannya.

Sejak akhir tahun 1970-an, CI mulai aktif mengadakan jaringan dengan pertubuhan bukan kerajaan lain yang sealiran dengannya, khususnya komuniti NGO sedunia. Enam faktor dilihat sebagai pendorong kepada jaringan CI dengan NGO sedunia. Faktor-faktor tersebut ialah:

(1) Pengiktirafan antara kumpulan warganegara (juga dikenali sebagai 'Sistem Ketiga' bahawa bekerja hanya di peringkat tempatan tidak mencukupi;

(2) Pertambahan kesedaran di antara NGO bahawa nilai antarabangsa memberi kesan kepada tindakan tempatan dan sebaliknya;

(3) Kesedaran di kalangan NGO bahawa sistem global rasmi seperti Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu tidak mampu untuk melakukan banyak pembangunan ke atas isu pembangunan yang besar dan Sistem Ketiga dapat melakukan sesuatu terhadapnya apabila disusun secara berkesan.

(4) Pertambahan usaha NGO untuk mempengaruhi agenda pembangunan antarabangsa;

(5) NGO di kedua-dua negara perindustrian dan membangun sedar bahawa mereka berkongsi keprihatinan, sasaran dan matlamat yang sama. Apa yang diperlukan adalah peluang, masa dan tempat sebagai mangkin penubuhan gabungan; dan,

(6) Rasa penghargaan yang meningkat di kalangan NGO bahawa gabungan usaha, kepakaran dan suara yang bermaklumat amat berkesan dalam menentukan penerimaan yang minimum untuk perlindungan pengguna secara global.

Struktur jaringan CI dengan NGO global yang lain atau Sistem Ketiga adalah sangat tidak rasmi, dengan kumpulan yang berlainan mengambil tanggungjawab terhadap tindakan berlainan yang tertentu yang dipersetujui oleh semua pihak berkenaan. Tugas utama bagi membentuk dan memelihara sistem komunikasi bagi jaringan tersebut biasanya dijalankan oleh Pejabat Wilayah CI. Umpamanya pejabat CI menjadi pusat penjelasan maklumat kesihatan dan telah menerbitkan *Hai News*, salah satu surat beritanya.

Kejayaannya dalam pelbagai jaringan telah menjadikan CI turut menyertai dan menyatukan berbagai NGO lain yang sealiran dengan tujuan untuk mendesak sesuatu isu tertentu. Ia termasuklah ahli CI dan bukan ahli yang mempunyai matlamat yang serupa. Contohnya jangkauan pengabungan tersebut adalah seperti Kumpulan Tindakan Untuk Menghentikan Pengiklanan dan Penajaan oleh Tembakau (AGAST), Gabungan Keadilan Antarabangsa di Bhopal (ICJIB), Jaringan Iridiasi Makanan (FIN) dan Rangkaian Pendidik-Pendidik Pengguna.

Consumer International juga sangat aktif mewakili kepentingan pengguna ke badan dunia seperti Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu. Ia menuntut hak pengguna yang berpersatuan untuk diwakili, didengari dan diberikan perhatian - di peringkat kebangsaan, serantau dan antarabangsa. Melalui CI, perwakilan pengguna berjaya mengetengahkan keperluan dan kepentingan pengguna kepada perhatian Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu. CI memberikan sumbangan yang amat besar ke arah pembentukan Garis panduan Perlindungan Pengguna melalui resolusi yang dibuat dalam Perhimpunan Agung Bangsa-Bangsa Bersatu. Ia juga mempunyai

tanggungjawab bagi memastikan garis panduan tersebut dikemas kini mengikut perkembangan semasa. Pada masa ini CI sedang melobi untuk memastikan Garis Panduan tersebut turut mengandungi juga penggunaan lestari.

Perwakilan CI secara global pada masa ini ialah:

* Majlis Ekonomi dan Sosial Bangsa-Bangsa Bersatu (ECOSOC)
* Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO)
* Suruhanjaya Codex Alimentarius
* Pertubuhan Piawaian Antarabangsa (ISO)
* Pertubuhan Pendidikan Saintifik dan Kebudayaan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNESCO)

Di peringkat Wilayah pula, perwakilan CI termasuk:

* Suruhanjaya Ekonomi Bangsa-Bangsa Bersatu
* Pertubuhan Kerjasama Bagi Ekonomi dan Pembangunan (OECD)
* Majlis Eropah

Perwakilan di Suruhanjaya Eropah dijalankan oleh pertubuhan sekutunya, *Bureau European des Unions de Consommateurs* (BEUC), yang mempunyai hubungan yang rapat dengan CI.

Dalam dunia yang kian global, terutamanya pasaran sejagat dan dagangan antarabangsa, CI perlu memastikan ia menguntungkan pengguna dan bukan sebaliknya. Bagi menentukan ia tidak merugikan tetapi manfaatkan pengguna. CI membantu pensejagatan ekonomi dunia dari sudut pengguna dengan

ekonomi dunia dari sudut pengguna dengan mengendalikan penyelidikan, pendidikan dan melobi bagi pihak pergerakan pengguna antarabangsa.

Dalam pada itu CI mendapati bahawa persetujuan-persetujuan liberalisasi dagangan seperti rundingan 'Uruguey Round' dan penubuhan Organisasi Dagangan Dunia atau WTO (World Trade Orgalisation) telah banyak menjejaskan kepentingan pengguna dan cenderung berpihak kepada syarikat-syarikat antarabangsa. Di bawah regin berasaskan WTO negara miskin bertambah miskin dan kedudukan mereka bertambah buruk. Di Afrika, misalnya, penggunaan setiap kapita penduduk telah menjunam 20% dalam tempoh 20 tahun kebelakangan ini. Negara-negara termundur akan kehilangan US$600 juta setiap tahun di bawah sistem dagangan yang sedia ada sekarang.

Maka, pergerakan pengguna sedunia memohon agar penilaian kesan sosial akibat liberalisasi dagangan sentiasa dibuat. Khususnya, WTO harus melihat perkara-perkara berikut: ketelusan dan akauntabiliti; jaminan makanan; keselamatan barangan dan makanan; kesihatan; persaingan; pelaburan; perkhidmatan; dan dagangan elektronik.

Maka matlamat-matlamat jangka panjang CI dalam hujung dagangan termasuklah:

1. Meningkatkan penyertaan dan perwakilan ahli-ahli di dalam pembentukan dasar dan wakil-wakil antarabangsa terhadap isu-isu dagangan dan ekonomi;

2. Membina kemampuan ahli-ahli supaya mereka berupaya menyumbang kepada pembangunan dasar-dasar CI dan kempen mengenai liberalisasi dagangan dan ekonomi serta kebolehan mereka untuk mempengaruhi dasar-dasar ekonomi dan dagangan negara;

3. Memastikan kepentingan pengguna benar-benar diambil kira di dalam pembuatan dasar ekonomi dan dagangan; dan

4. Memperbaiki profil isu-isu pengguna dan membina kemampuan pergerakan pengguna bagi mempengaruhi pembuatan dasar.

Adalah dijangkakan perwakilan CI akan terus berkembang seiring dengan pergerakan pengguna menjadi semakin kuat dengan keahlian daripada pengguna yang berpendidikan yang baik dan mendapat sokongan media.

BAB TUJUH
MASA DEPAN KEPENGGUNAAN

Dalam mesyuaratnya pada tahun 1986 di New York, ahli CI telah bersetuju untuk menerima pakai "Manifesto Pengguna 2000" . Antara matlamatnya ialah untuk mencapai beberapa perkara berikut pada akhir abad ke-20.

(1) Melaksanakan sepenuhnya "Garis Panduan Perlindungan Pengguna Bangsa-Bangsa Bersatu" di semua negara dan mewujudkan satu sistem pengawasan dan bantuan dalam Bangsa-Bangsa Bersatu untuk melaksanakan matlamat tersebut.

(2) Penerimaan Kod Etika Perbadanan Transnasional oleh Bangsa-Bangsa Bersatu dan perlaksanaan sepenuhnya oleh kerajaan.

(3) Mengadakan promosi bagi memenuhi keperluan asas semua pengguna, terutamanya golongan miskin, pendapatan rendah dan kumpulan tidak bernasib baik.

(4) Mewujudkan undang-undang di peringkat kebangsaan dan antarabangsa bagi mengharamkan perniagaan barangan berbahaya dan menghapuskan sikap pilih kasih dalam perdagangan antarabangsa.

(5) Mewujudkan garis panduan antarabangsa yang ketat ke atas kedudukan dan operasi kilang yang berpotensi menghasilkan bahan industri dan pertanian yang berbahaya, proses dan amalan termasuk hak untuk mendapatkan maklumat yang sepenuhnya bagi masyarakat setempat dan pekerja.

Melalui Manifesto Pengguna 2000, CI dan ahli-ahlinya mengesahkan komitmen mereka dalam menghasilkan perubahan sosial yang memberi manfaat kepada para pengguna, terutamanya bagi mereka yang miskin dan tidak bernasib baik (cacat dan sebagainya). Pelbagai usaha dipergiatkan bagi mendapatkan perlindungan yang adil bagi pengguna dan perwakilan dalam bidang ekonomi. Akhir sekali, ia juga bagi meningkatkan tindak balas masyarakat terhadap kepentingan pengguna.

Iltizam CI dan ahli-ahlinya terhadap kepenggunaan seluruh dunia amatlah diperlukan terutamanya pada masa berlakunya perubahan yang mendalam berlaku di seluruh pelosok dunia. Sebagaimana yang dihuraikan oleh Rhoda Karpatkin, Presiden CI ketika membuat ucapan pembukaannya di Kongres Pengguna Sedunia Ke-13 CI di Hong Kong pada 8 hingga 12 Julai, 1991: "Di Eropah Timur, perubahan pasaran ekonomi memberikan cabaran yang hebat kepada pengguna sehingga menimbulkan keperluan mendadak bagi menubuhkan pertubuhan pengguna. Di Amerika Latin, perubahan demokrasi politik telah berkembang selama beberapa tahun, tetapi masalah inflasi dan hutang luar negara telah menambahkan jumlah pengguna yang miskin. Di Afrika dan Asia, telah bermulanya perubahan, tetapi masalah pengguna masih kekal sebagai masalah yang serius. Di Eropah, perubahan kepada pasaran bersama memerlukan perlindungan yang baru untuk pengguna. Di seluruh dunia, keadaan alam sekitar yang berbahaya telah memaksa pengguna untuk mengambil tindakan yang cepat. Di seluruh dunia, yang miskin bertambah miskin dan jumlahnya kian bertambah. Satu fakta yang menakjubkan iaitu seramai satu bilion orang dijangkakan hidup dalam kemiskinan.

Perlu juga dinyatakan bahawa perkembangan pesat teknologi maklumat yang baru telah menjadikan dunia sebagai kampung dan pasaran sejagat. Banyak isu pengguna yang timbul mengatasi isu nasional atau

sempadan geografi dan isu-isu ini memberi kesan di seluruh dunia. Perjanjian perdagangan yang ketat antara negara-negara dan konvensyen antarabangsa tentang hakcipta adalah satu contoh yang baik. Kesan daripada keputusan yang dibuat terhadap isu tersebut di peringkat tertinggi antarabangsa, tidak dapat tidak akan memberi kesan kepada setiap pengguna. Bagaimanapun, pengguna yang mudah terancam dan miskin sering memikul beban kesan yang buruk hasil daripada ketidakadilan terhadap pengguna dan kekurangan hak-hak pengguna.

Oleh itu tema Kongres Pengguna Sedunia ke-13 di Hong Kong ialah "Kuasa Pengguna Di Abad Ke-20". Menurut Karpatkin (1991) kuasa pengguna adalah polisi dan kuasa program. Ia menjuarai hak-hak pengguna dan kuasa orang ramai. CI dan ahli-ahlinya akan terus memperjuangkan hak-hak pengguna yang telah dihuraikan dengan berbagai cara selama beberapa tahun. Ia adalah seperti berikut: Hak mendapatkan pasaran yang wajar dan adil; hak untuk mendapatkan peningkatan taraf hidup dan kualiti kehidupan; hak untuk mendapatkan keadilan ekonomi dan sosial; dan sebagainya.

Martin Lee, Pengerusi Majlis Pengguna Hong Kong ketika berucap di Kongres Pengguna Sedunia ke-13 (8 hingga 12 Julai 1991, Hong Kong) menghuraikan empat tindakan yang strategik bagi kumpulan pengguna Negara Dunia Ketiga dalam menjana dan menggerakkan kuasa pengguna:

(1) Penubuhan kumpulan pengguna yang lebih kuat dan berkesan.

(2) Melancarkan kempen pengguna yang lebih berkesan, terutamanya di dalam bidang maklumat, penyelidikan, latihan dan pendidikan.

(3) Melobi untuk mendapatkan peraturan perlindungan pengguna yang lebih berkesan dan bersesuaian.

(4) Menggunakan media massa dengan lebih berkesan bagi membina tahap kesedaran yang diperlukan.

Pemimpin pengguna dunia semasa Kongres Pengguna Sedunia ke-13 berasa optimis bahawa mereka akan mendapat kuasa pengguna yang kuat pada masa akan datang, khususnya melalui perpaduan pengguna serta melalui polisi dan program CI.

Untuk mencapai misinya, pada Kongres Pengguna Sedunia Ke-15 di Santiago, Chile (3 hingga 7 November 1997), CI telah menetapkan tema kongres tersebut - "Memberikan kuasa Pengguna Untuk Abad ke-21: Pengguna Dalam Masyarakat Madani." Erna Witoelar, yang akan melepaskan jawatan sebagai Presiden CI, dalam perutusannya memberi ingatan bahawa adalah penting bagi pertubuhan pengguna seluruh dunia ... yang institusi politik dan sosialnya berkembang dengan pesatnya, agar menyahut peluang yang disediakan oleh liberalisasi demokratik dan ekonomi.

CI membentangkan draf misi abad ke 21-nya yang termasuk nilai, strategi, prinsip dan tema.

CI berusaha untuk menegakkan hak-hak semua orang untuk hidup dalam masyarakat yang adil dan makmur agar sebagai pengguna, kita:

* berupaya menikmati barangan dan perkhidmatan asas
* dilindungi daripada barangan yang berbahaya, proses dan hidup dalam persekitaran lestari yang sihat
* diberitahu akan pilihan tentang barangan dan perkhidmatan
* mendapatkan ganti rugi yang sewajarnya
* mewakili pengguna di peringkat kebangsaan dan

antarabangsa.

Strategi CI termasuklah menggalak dan memajukan kewujudan dan pembangunan pertubuhan pengguna yang bebas daripada perniagaan dan parti politik. Dengan kaedah melobi dan kempen, CI akan cuba mempengaruhi polisi antarabangsa untuk memberi pengiktirafan yang sewajarnya terhadap keprihatinan pengguna. Untuk merealisasikan matlamat ini, CI akan:

* mempromosi kerjasama antarabangsa melalui maklumat dan pendidikan pengguna

* mewujudkan kehadiran yang diiktiraf dan berpengaruh di arena antarabangsa dan serantau

* mengadakan program yang memberi tumpuan kepada keperluan golongan pengguna yang miskin, yang tidak berkepentingan, mudah terancam dan tidak bernasib baik.

Tindakan CI adalah berpandukan kepada prinsip kebebasan, keterbukaan dan integriti. Ia adalah sebagai usaha untuk mencapai:

1. Penglibatan dan penyertaan ahli-ahli CI dalam menakrifkan matlamat dan bentuk aktivitinya

2. Inovasi, kepimpinan dan pembaharuan/pembaikan yang berterusan dalam kualiti kerja dan perkhidmatan yang ditawarkan kepada ahli-ahli

3. Bertolak ansur dalam mengambil langkah perubahan terhadap keadaan dan keperluan ahli

Dalam usaha mencapai keadilan sosial, CI akan menggalakkan program dan polisi yang mengutarakan lima tema. Tema-tema tersebut ialah pembasmian kemiskinan; keadilan sosial dan hak asasi; pasaran ekonomi

yang adil, telus dan cekap; perlindungan alam sekitar; dan kerajaan dan kekuasaan yang baik.

Pertubuhan pengguna digalakkan untuk terlibat sepenuhnya dalam pembasmian kemiskinan. Ini disebabkan oleh golongan miskin bukan sahaja tidak mampu mendapatkan makanan dan perkhidmatan, tetapi juga kekurangan kuasa dan maklumat yang dapat mengubah keadaan mereka. Polisi pengguna hendaklah bermatlamatkan untuk mewujudkan satu mekanisme yang membantu golongan miskin ini mendapatkan keperluan mereka. Pertubuhan pengguna perlu bertindak sebagai saluran bagi orang ramai menuntut keadilan dan sokongan yang diperlukan dalam sistem keadilan. Ia perlu memberi kuasa kepada pengguna dengan menyediakan laluan bagi mendapatkan maklumat, perwakilan dan pengaruh.

Pertubuhan pengguna mestilah terlibat dalam mempromosikan keadilan sosial dan hak asasi manusia. Kepentingan hak-hak pengguna ini ada dicatatkan dalam Garis Panduan Perlindungan Pengguna Bangsa-Bangsa Bersatu dan di dalam perlembagaan beberapa buah negara. Hak-hak pengguna menuntut keperluan asas yang mencukupi dan laluan untuk mendapatkan maklumat, pendidikan, perwakilan dan gantirugi. Hak-hak pengguna bertujuan untuk melindungi kesihatan dan keselamatan semua orang dan bagi memastikan tidak ada sesiapa yang ditindas di pasaran.

Pertubuhan pengguna mestilah menjuarai pasaran ekonomi yang adil, telus dan cekap. Pengguna yang bermaklumat yang secara sah dilindungi adalah menjadi pra-syarat kepada pasaran yang berfungsi secara yang cekap. Pergerakan pengguna yang kuat perlu mengadakan pengujian serta penilaian barangan dan perkhidmatan, mengendalikan pengaduan dan program memberi maklumat serta pendidikan.

Pertubuhan pengguna haruslah ingat bahawa corak

kesejagatan dalam ekonomi dunia mempunyai kesan positif dan negatif kepada pengguna. Liberalisasi ekonomi dan penghapusan peraturan menjanjikan masa depan bagi kualiti barangan yang lebih baik dan harga yang rendah. Tetapi proses ini akan membuka jalan kepada manipulasi pasaran dan amalan anti persaingan, seperti mana syarikat transnasional yang telah menguasai segmen ekonomi tempatan dan serantau yang sedang berkembang.

Pemimpin pengguna perlu memastikan bahawa keputusan tentang kawalan pasaran, terutamanya yang ditentukan oleh badan pembuat keputusan antarabangsa menghormati kepentingan pengguna. Bagi memastikan ia berlaku, pemimpin pengguna hendaklah bekerjasama dengan kerajaan dan industri dalam menyediakan piawaian dan peraturan. Dalam keadaan ekonomi Asia Timur yang ditentukan oleh pedagang mata wang, FOMCA, yang baru dilantik sebagai Ahli Majlis Consumer International, yang diwakili oleh penulis sendiri, dalam Kongres Pengguna Sedunia yang ke-15 mencadangkan di bawah Perdagangan, Ekonomi dan Perbadanan Transnasional bahawa hanya melalui kerjasama antarabangsa dapat mengawal aktiviti pedagang mata wang yang besar, yang menentukan jika terdapat persaingan yang terbuka atau tawaran melalui penipuan dan kawalan harga yang boleh merosakkan ekonomi tempatan. Ia telah diterima selepas perbahasan yang hangat.

Pada bulan Mac 1998 Pejabat Serantau *Consumer International* bagi Asia dan Pasifik (CI-ROAP) di Pulau Pinang telah mengadakan persidangan serantau tentang "Krisis Ekonomi di Asia: Sebab, Kesan dan Menghadapi Cabaran." Hasil daripada persidangan tersebut, jelas menunjukkan pertubuhan pengguna dunia perlulah berwaspada terhadap perdagangan global, terutamanya yang berkaitan dengan perdagangan mata wang jika mereka tidak mahu menjadi mangsa kepada tindakan

ekonomi yang tidak bertanggungjawab itu. Juga, pertubuhan pengguna perlu bersikap proaktif. Ia juga perlu menunjukkan kepentingan sebuah badan antarabangsa seperti CI melindungi kepentingan pengguna di peringkat global.

Dalam hal ini, kemampuan badan pengguna kebangsaan hendaklah dipertingkatkan bagi memastikan mereka mampu melindungi kepentingan pengguna di tempat mereka sendiri dengan lebih berkesan. Ini disebabkan oleh pengiktirafan dan perakuan bahawa sesebuah negara perlu mempunyai cara mereka sendiri dan memerlukan pendekatan mengikut keadaan yang biasa.

Bagaimanapun, adalah penting bagi pertubuhan pengguna mampu untuk berkomunikasi dan berhubung rapat antara satu sama lain antara negara dan berkongsi maklumat yang sesuai. CI boleh menyelaras aktiviti-aktiviti ini. Keadaan ini penting memandangkan dunia bukan sahaja menjadi pasaran sejagat tetapi juga sebuah perkampungan sejagat.

Di Malaysia, FOMCA dan persatuan-persatuan pengguna negeri perlu mempertingkatkan keupayaan untuk menangani isu pengguna di peringkat tempatan, kebangsaan dan antarabangsa. Pada masa ini, FOMCA menguruskan isu pengguna di peringkat kebangsaan dan antarabangsa bagi mewakili ahli-ahli gabungannya. Persatuan-persatuan pengguna negeri perlu mempertingkatkan kegiatan-kegiatan mereka di negeri masing-masing dan juga di kawasan-kawasan setempat seperti di daerah-daerah dan desa-desa.

Akhir kata, dalam dunia yang kian sejagat dan berangkaian semasa kita melangkah ke alaf baru dan abad 21, pergerakan pengguna harus bertindak dengan pemikiran 'Berfikir sejagat, bertindak setempat'. Pemikiran ini bukanlah yang baru bagi pergerakan pengguna, tetapi untuk suasana sekarang ianya amat perlu diamalkan.

NOTA

1. Istilah "penggunaan ketara" dicetuskan oleh Thorstein Veblen, seorang ahli ekonomi pada awal abad ke-20, bagi menghuraikan gelagat penguna-pengguna yang membeli sesuatu barangan untuk menonjolkan martabat sosial mereka.

2. Carson Rachel (1962). Silent Spring. Boston: Houghton, Mifflin.

3. Nader, Ralph (1966). Unsafe At Any Speed. New York: Pocket Books.

4. Ucapan Edie Fraser, "Consumerism in the Role of Public Relations," University of Georgia, October 22, 1976.

RUJUKAN

Aaker, David A. and Day, George S. (eds.) (1974) Consumerism: Search For The Consumer Interest, Second Edition. New York: The Free Press.

Ahmad Sa'adi (1977) "Peranan Kementerian Perdagangan dan Industri Dalam Perlindungan Pengguna," hal. 32-36 di Seminar Kepenggunaan dan Masyarakat. Kuala Lumpur: Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan, Kementerian Perdagangan dan Indusri Malaysia.

Anwar Fazal (1977) "Isu Semasa Pengguna - Dari Perspektif Dunia," hal. 11-16 di Seminar Kepenggunaan dan Masyarakat. Kuala Lumpur: Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan, Kementerian Perdagangan dan Industri Malaysia.

Arensberg, M. Conrad dan Niehoff, H. Arthur (1971) Introducing Social Change: A Manual for Community Development. Chicago: Aldine & Atherton.

Banks, J.a. (1972) The Sociology of Social Movements. London: The Macmillan Press Ltd.

Boudon, Raymond (1986) Theories of Social Change: A Critical Appraisal. Cambridge: Polity Press.

Bovee, Courtland L. dan Arens, William F. (1986) Contemporary Advertising. Second Edition. Homewood, Illinois: Irwin Inc.

Carty, Walter V. (1974) "The New Era in Business-Financial Media Relations," hal. 89-11 dalam Hill and Knowlton Executives Critical Issues in Public. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, Inc.

Consumers International (1999) Consumer Rights and the

Multilateral Trading System: What needs to be done before a Millennium Round. London: Consumers International.

Consumer International (1999) Consumer Protection - where Do We Stand - World Consumer Rights Day 1999: Chile: Consumers International.

Cutlip, Scott M. Center, Allen H., Broom, Glen M. (1985) Effective Public Relations, 6th Edition. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, Inc.

Darrow, Richard W. (1972) "How to Communicate in a Crisis, " hal. 113 dalam Hill and Knowlton Executives Critical Issues in Public. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, Inc.

Dol Ramli dan Abdullah Mohamed (1977) "Pendidikan Pengguna Dalam Perkembangan Sosio-Ekonomi - Peranan Media Massa Malaysia," hal 66-99 di Seminar Kepenggunaan dan Masyarakat, Kuala Lumpur: Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan, Kementerian Perdagangan dan Industri Malaysia.

Drucker, Peter F. (1969) "The Shame of Marketing" hal. 60 dalam Marketing/Communications, August 1969.

Ellwood, Wayne (1984) Generating Power: A Guide to Consumer Organising. Pulau Pinang: International Organisation of Consumer Unions.

Feldman, Laurence P. (1987) Consumer Protection - Problems and Prospects, Second Edition. St. Paul, Minnesota: West Publishing.

Forbes, J.D. (1987) The Consumer Interest - Dimensions and Policy Implications. New York: Croom Helm.

Gannon, Vincent N. (1973) "... and Candor Begat Credibility, " hal. 129 dalam Hill and Knowlton Executives Critical Issues in Public. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, Inc.

Gill, T.S. (1977) "Persatuan Pengguna dan Pergerakan Pengguna - Kedudukan Mereka dalam Masyarakat Malaysia" hal. 17-21 di Seminar Kepenggunaan dan Masyarakat. Kuala Lumpur: Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan, Kementerian Perdagangan dan Industri Malaysia.

Haugh, Marie dan Iavin, Bebe (1983) Consumerism in Medicine: Challenging Physician Authority. California: Sage Publications, Inc.

Kelly, William T. (ed.) (1973) New Consumerism: Selected Readings. Columbus, Ohio: Grid, Inc.

Kotler, Philip (1972) "What Consumerism Means for Marketers" hal. 69-83 dalam Kelly, William T. (ed.) (1973) New Consumerism: Selected Readings. Columbus, Ohio: Grid, Inc.

Mayer, Robert N. (1989) The Consumer Movement - Guardians of the Marketplace. Boston: Twayne Publishers.

McNeal, James U. dan McDaniel, Stephen W. (eds.) (1982) Consumer Behaviour: Classical and Contemporary Dimensions. Boston: Little Brown and Company.

Miller, Roger LeRoy (1981) Economic Issues for Consumers. Third Edition. Saint Paul: West Publishing House.

Mohammed Rahmat (1977) "Ucapan Pembukaan Y.B. Timbalan Menteri Perdagangan dan Industri, Datuk Mohammed Rahmat di upacara perasmian Seminar Kepenggunaan dan Masyarakat" hal. 7-9 di Seminar Kepenggunaan dan Masyarakat. Kuala Lumpur: Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan, Kementerian Perdagangan dan Industri.

Mohd Hamdan Adnan (1986) "Peniaga Sebagai Pembekal Barangan dan Perkhidmatan: Tanggungjawab Terhadap

Masyarakat - Dari Pandangan Pengguna" hal. 7-18 dalam Laporan Seminar Amalan Perniagaan. Kuala Lumpur: Majlis Penasihat Perlindungan Pengguna Kebangsaan, Kementerian Perdagangan dan Industri; Persatuan Jualan Langsung Malaysia dan Kumpulan ICI di Malaysia.

Nancy Wong (1996) 'SM Ali's World'. Pulau Pinang: Southbound & AIDCOM (Kuala Lumpur).

Packard, Vance (1960) The Waste Makers. New York: David Mckay Company, Inc.

Robertson, Andrew (1978) Strategic Marketing - A Business Response of Consumerism. London: Associated Business Programmes Ltd.

Rogers, M. Everett dan Shoemaker, F. Floyd (1973) Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach, Second Edition. New York: The Free Press.

Persatuan Pengguna Selangor (1969) "The Beginnings of the Consumer Movement in Malaysia: dalam Document For Dissemination. Kuala Lumpur: Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan.

Swanson, Guy E. (1971) Social Change. Glenview: Scott, Foresman and Company.

Tan Boon Kean dan Bishan Singh (1994) Uneasy Relations: The NGOs in Malaysia. Kuala Lumpur: APDC.

Wooton, Graham (1970) Interest Groups. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

JADUAL
FAKTOR-FAKTOR YANG MENYUMBANG KEPADA KEBANGKITAN KEPENGGUNAAN PADA TAHUN 1960-AN

1. STRUKTUR PENDORONG

* Pendapatan dan pendidikan yang meningkat
* Kompleksiti teknologi dan pasaran yang meningkat
* Pencemaran alam sekitar yang meningkat

2. STRUKTUR KETEGANGAN

* Ketidakpuasan ekonomi (inflasi)
* Ketidakpuasan sosial (peperangan dan bangsa)
* Ketidakpuasan ekologi (pencemaran)
* Ketidakpuasan pemasaran (barangan yang tidak elok, gimik dan tidak jujur)
* Rasa tidak puas hati politik (ahli politik dan institusi yang tidak bertanggungjawab)

3. PENINGKATAN KEPERCAYAAN YANG MENYELURUH

* Penulisan kritikan sosial (Galbraith, Packard, Carson)
* Ahli perundangan yang berjiwa pengguna (Kefauver, Douglas)
* Perutusan Presiden
* Pertubuhan pengguna

4. FAKTOR PENYEGERAAN

* Perdebatan profesional (Nader)
* Perdebatan spontan (mogok suri rumahtangga)

5. TINDAKAN KERAHAN

* Liputan media massa
* Ahli politik peraih undi
* Kumpulan dan pertubuhan yang berkepentingan pengguna yang baru

6. KAWALAN SOSIAL

* Penentangan dan sikap acuh tidak acuh perniagaan
* Penentangan dan sikap acuh tidak acuh ahli perundangan

Sumber: Philip Kotler (1972)

PERIHAL BUKU

Buku kecil ini membincangkan konsep kepenggunaan dan pergerakan pengguna. Ia juga membincangkan perkembangan kepenggunaan di peringkat tempatan dan dunia. Adalah penting bagi pengguna mendapatkan gambaran sebenar tentang pergerakan pengguna dan sumbangan mereka bagi mempertingkatkan kualiti hidup kita. Dengan mempunyai persepsi yang betul terhadap pertubuhan pengguna, sama ada dari pihak pengguna sendiri, pegawai-pegawai kerajaan dan wakil media. Dengan itu pergerakan pengguna akan dapat berkembang dan menjalankan peranan dengan lebih baik untuk mempertingkatkan perlindungan pengguna.

PENGARANG

Profesor Dato Mohd Hamdan Hj. Adnan ialah Presiden FOMCA dan juga Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan. Pada masa ini beliau adalah Ahli Majlis *Consumer International* dan juga bekas Naib Pengerusi Majlis Penasihat Kebangsaan Bagi Perlindungan Pengguna serta bekas ahli Majlis Penasihat Pelindung Pengguna Kebangsaan. Beliau dianugerahkan Tokoh Pengguna Kebangsaan pada tahun 1992. Mohd Hamdan ialah profesor di Fakulti Sebaran Am, Universiti Teknologi MARA (UITM). Beliau juga ahli lembaga Jabatan Piawaian, Majlis Tindakan Ekonomi Negara (MTEN), Majlis Teknologi Informasi Kebangsaan (MTIK), Yayasan Pembangunan Ekonomi Islam Malaysia (YPEIM) dan sebagainya.

F O M C A

FOMCA

FOMCA adalah sebuah pertubuhan sukarela, tidak mementingkan keuntungan, bukan politik dan pertubuhan sivik. Ia menjadi badan payung bagi persatuan pengguna negeri. FOMCA bekerja rapat dengan kerajaan dan badan bukan kerajaan di peringkat kebangsaan dan antarabangsa bagi memperkuatkan perlindungan pengguna.

ISBN 983-40315-0-5
9 789834 031503