Oleh Ahmad Muaz Izuddin

Utamakan Produk Tempatan Semasa Berbelanja

PELAKSANAAN cukai barangan dan perkhidmatan (BCP) yang berkuat kuasa pada 1 April 2015, menyebabkan barang dan perkhidmatan, melainkan barangan tertentu yang dikawal harganya oleh kerajaan, mengalami kenaikan harga. Peningkatan harga barang dan perkhidmatan memberikan impak langsung terhadap kuasa beli pengguna. Kenaikan ini turut mengakibatkan pengguna menerima kesan bebanan kos sara hidup ekoran nilai ringgit yang diterima daripada pendapatan bulanan yang semakin mengecil, sedangkan kos yang harus ditanggung semakin banyak dan terus meningkat.

Sehubungan dengan itu, di samping faktor luaran, seperti kesan daripada keadaan ekonomi global, terdapat faktor lain yang menjadi punca dan mempengaruhi kenaikan harga barangan keperluan harian, seperti faktor permintaan, bekalan barang, cuaca, dan musim perayaan. Namun demikian, pelaksanaan CBP dan diikuti dengan isu kejatuhan nilai mata wang kini yang bukan sahaja dialami oleh Malaysia, bahkan hampir kebanyakan negara turut berdepan dengan isu yang sama, menyebabkan pengguna semakin terbeban. Pengguna, terutamanya golongan yang berpendapatan rendah, terpaksa berdepan dengan bebanan berganda apabila harga barang keperluan meningkat secara drastik.

Walau apa-apa pun situasinya sekarang, sebagai pengguna kita harus menghadapi isu harga barang dan perkhidmatan yang meningkat.

Ctr.no: 0000274658
CON 2015/A01
Consumerism - General
pg : 25 - 27

Pengguna mempunyai dua pilihan, sama ada mencari pendapatan tambahan untuk meningkatkan kuasa beli, misalnya dengan melakukan kerja lain ataupun dengan mengubah sikap dan cara berbelanja. Hal ini dapat dilakukan misalnya, dengan mengutamakan barangan keluaran tempatan ketika berbelanja. Sikap terlalu memandang tinggi terhadap produk jenama antarabangsa, sedangkan kita ada pilihan barangan keluaran tempatan, harus diubah.

Kempen BBBM juga bertujuan untuk menggalakkan orang ramai supaya membeli barangan buatan Malaysia yang dijual dengan harga yang berpatutan.

Secara umumnya, masih banyak dalam kalangan pengguna di Malaysia yang menganggap barangan import lebih tinggi prestijnya jika dibandingkan dengan barangan tempatan. Oleh itu, kerajaan dan pengeluar barangan tempatan perlu berikhtiar untuk menjadikan rakyat Malaysia sebagai pengguna etnosentrik.

Antara langkah yang perlu diambil termasuklah dengan memastikan barangan tempatan berkualiti. Lebih banyak badan pemantau kualiti seperti Institut Piawaian dan Penyelidikan Perindustrian Malaysia (SIRIM) perlu ditubuhkan. Jaminan terhadap mutu barangan oleh badan yang diiktiraf, dapat memberikan keyakinan kepada pengguna terhadap barangan keluaran tempatan. Apabila mereka yakin,

langkah ke arah pembentukan pengguna etnosentrik akan menjadi lebih mudah.

Kerajaan pernah mengadakan kempen besar-besaran menyeru pengguna negara ini mengubah sikap dan amalan dengan memilih barangan Malaysia. Pada akhir dekad 1980-an, kempen Belilah Barangan Buatan Malaysia (BBBM) diadakan bagi meningkatkan kesedaran pengguna berkenaan produk dan perkhidmatan keluaran tempatan yang terdapat di pasaran. Usaha ini selaras dengan langkah kerajaan untuk membantu usahawan tempatan memperkenalkan produk dan perkhidmatan mereka, selain mendorong permintaan yang berterusan.

Pada tahun 2010, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) menghidupkan kembali BBBM dengan tujuan untuk membantu usahawan tempatan memasarkan produk mereka terus kepada pengguna, selain meningkatkan permintaan terhadap produk dan perkhidmatan tersebut. Usaha ini secara tidak langsung membantu merangsang pertumbuhan ekonomi negara.

Kempen BBBM juga bertujuan untuk menggalakkan orang ramai supaya membeli barangan buatan Malaysia yang dijual dengan harga yang berpatutan serta mewujudkan dan meningkatkan kesedaran terhadap kualiti produk tempatan yang menepati piawaian antarabangsa. Sememangnya mutu produk dan perkhidmatan usahawan Malaysia berkualiti tinggi dan terjamin mutunya. Hal ini terbukti dengan kejayaan usahawan Malaysia membawa produk dan jenama mereka ke pasaran antarabangsa.

Dalam keadaan ekonomi pada hari ini yang tidak menentu, kita tidak lagi terlalu cenderung untuk memilih produk yang diimport, maka keutamaan perlu diberikan oleh pengguna terhadap barangan tempatan. Sudah tentu tindakan ini tidak merugikan pengguna kerana barangan tempatan dapat menjanjikan mutu yang dapat dibanggakan, bahkan langkah ini berupaya membantu menjanakan pendapatan negara.

Rakyat Malaysia mampu menyumbang kepada pengurangan defisit negara sekiranya masing-masing memainkan peranan sebagai pengguna yang mengutamakan barangan buatan negara sendiri. Pengguna yang bersikap etnosentrik, yakni mempunyai semangat patriotik dan berasa bangga untuk menggunakan jenama barangan buatan Malaysia, berupaya memberikan impak yang positif kepada perkembangan ekonomi sesebuah negara.

Pengguna di negara maju dikatakan lebih bersikap positif terhadap barang keluaran negara mereka, sebaliknya pengguna di negara membangun lebih cenderung membeli barangan berjenama yang dikeluarkan oleh negara lain. Mereka beranggapan bahawa barangan keluaran negara mereka berkualiti rendah. Selain itu, mereka yakin dengan kualiti barangan luar negara yang dianggap lebih berprestij. Memiliki barangan luar negara, khususnya yang berjenama, menjadi satu bentuk pengiktirafan bagi mereka.

Kempen BBBM merupakan antara usaha kerajaan untuk mengetengahkan produk usahawan Malaysia yang berkualiti dan setanding dengan produk antarabangsa ke pasaran yang lebih besar dan terbuka, selain meningkatkan kesedaran dunia terhadap produk keluaran tempatan. Pelbagai strategi dilaksanakan oleh kerajaan untuk memastikan kempen ini mencapai objektifnya. Antaranya termasuklah mewujudkan kerjasama strategik dengan pasar raya tempatan dan asing di dalam dan di luar negara untuk membantu mempromosikan dan memasarkan produk usahawan tempatan yang mematuhi standard piawaian antarabangsa.

Sehubungan dengan itu, pengeluar barangan tempatan perlu juga berusaha membaiki perkhidmatan dan barangan mereka. Kejayaan kebanyakan syarikat multinasional dan barangan mereka sebenarnya sangat bergantung pada imej positif yang berjaya diwujudkan dan kemudian dikekalkan. Pengeluar tempatan harus berani dan berdaya saing untuk mengeluarkan kos sebagai pelaburan dengan menitikberatkan aspek pembungkusan, pengiklanan, perkhidmatan selepas jualan dan perkhidmatan yang lain bagi membina imej yang positif serta bersesuaian dengan nilai barangan mereka. Langkah ini dapat menambat hati pengguna Malaysia dan sangat membantu bagi melahirkan budaya pengguna etnosentrik di negara ini. Hal ini juga dapat membantu barangan buatan Malaysia "berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah" dengan barangan buatan luar negara.

Biasanya kita sering menganggap kesedaran pengguna di Barat lebih tinggi dan dominan berbanding dengan pengguna Malaysia mahupun

negara membangun yang lain. Senario ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang paling ketara ialah kesedaran pengguna di Barat adalah tinggi seiring dengan pencapaian taraf hidup yang lebih tinggi dari segi sosial, ekonomi dan teknologi. Sikap, budaya, serta mentaliti pengguna di Barat dikatakan lebih terbuka dan fahaman kepenggunaan mudah diterima tanpa mengira ideologi politik atau perbezaan agama.

Jika rakyat Malaysia dijanjikan dengan barangan yang berkualiti dan pada masa yang sama, inisiatif kempen mengutamakan pembelian barangan tempatan diteruskan, lambat-laun budaya etnosentrik kepenggunaan akan dapat diwujudkan di Malaysia. Selain itu, tahap kesedaran pengguna dalam kalangan rakyat Malaysia berupaya ditingkatkan dan setanding dengan pengguna di negara maju. Perkara ini dilihat signifikan memandangkan Malaysia sedang menempa tempat di zon negara maju.

Kejayaan kebanyakan syarikat multinasional dan barangan mereka sebenarnya sangat bergantung pada imej positif yang berjaya diwujudkan.

Oleh hal yang demikian, selain negara menuju ke arah transformasi tersebut menjelang tahun 2020, rakyat Malaysia juga harus mengubah sikap dan mentaliti dengan membuat anjakan paradigma sebagai persediaan untuk menjadi rakyat negara maju secara lebih komprehensif. ***de***