

TAHAP KEPUASAN KEPENGGUNAAN MINYAK SAWIT DALAM KALANGAN PENGGUNA DOMESTIK DAN PELANCONG ANTARABANGSA

*(The Level of Consumption Satisfaction of Palm Oil Amongst Domestic Consumers and
International Tourists)*

Er, A.C., Wafa Adila, Nur Fatin Aqila Mohd. Fadzilah, Eгна Francis Gitom,
Nur Hasyaa Marzuki & Noordeyana Tambi

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan mengkaji tahap kepuasan ke atas kepenggunaan minyak sawit dalam kalangan pengguna domestik dan pelancong antarabangsa. Teknik persampelan bertujuan telah digunapakai dan temubual bersama 160 orang pengguna domestik dan 40 orang pelancong antarabangsa berdasarkan satu set soalselidik di Ranau, Sabah. Hasil kajian menunjukkan pengguna domestik menyokong produk minyak sawit tempatan berbanding pelancong antarabangsa yang lebih mengutamakan produk minyak tumbuhan lain seperti canola, minyak zaitun, minyak jagung, dan lain-lain dalam kehidupan seharian mereka. Kepuasan pengguna domestik adalah lebih memfokus kepada harga produk minyak sawit yang murah dan berpatutan. Manakala pengguna antarabangsa pula mendapati bahawa produk minyak sawit mempunyai harga yang mampu dimiliki, berkhasiat, berkualiti. Tambahan pula, faktor jenama, tidak mudah terbakar, kegunaan tradisi keluarga, dan sentiasa dalam berkeadaan baik. Namun demikian, faktor ketidakpastian harga minyak stabil di pasaran menjadi penyebab utama bagi pengguna domestik merasa tidak puas hati, berbanding dengan pengguna antarabangsa yang tidak puas hati kerana kualiti minyak sawit. Dalam hal ini, langkah-langkah strategik bagi meningkatkan kepenggunaan minyak sawit wajar diperhalusi oleh pihak kerajaan untuk mengawal harga minyak sawit, di samping memperbanyakkan promosi dan kempen dalam usaha meningkatkan kesedaran serta pengetahuan kepada masyarakat, seterusnya memperbaiki kualiti produk secara berterusan.

Kata kunci: Kepenggunaan minyak sawit, kepuasan penggunaan, harga, kualiti, pendapatan.

ABSTRACT

This study aims to review the level of satisfaction of palm oil consumption among domestic consumers and tourists. Justified sampling techniques were used and interviews with 160 domestic consumers and 40 international tourists based on a set of questionnaires in Ranau, Sabah. The results of this study indicated that the domestic consumers supported local palm oil products as compared to the international tourists who prefer other products such as canola, olive oil, corn oil, and other types of oils in their daily lives. Domestic consumers' satisfaction is more focused on palm oil prices that are cheaper and affordable. On the other hand, international consumers find that palm oil products are more affordable, more nutritious and of higher quality as well as

branding, not flammable, family traditions, and always in good condition. Nevertheless, domestic consumers' dissatisfaction towards palm oil is due to its price in the international market, whilst the international consumers are dissatisfied about palm oil due to its quality. In this regard, strategic measures to improve the consumption of palm oil should be streamlined by the government to control the price of palm oil, as well as to enhance promotions and campaigns so as to increase their level of awareness and knowledge amongst consumers.

Keywords: Consumption of palm oil, satisfaction of consumption, price, quality, income.

PENGENALAN

Industri kelapa sawit merupakan salah satu sektor industri yang penting di Malaysia, yang juga penyumbang utama bagi keperluan minyak dan lemak di peringkat global. Berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh Lembaga Minyak Sawit Malaysia (MPOB), sebanyak 24 juta tan metrik produksi sawit telah dieksport ke luar negara, dan makin meningkat kepada 50.23 juta metrik pada tahun 2011. Namun demikian, penurunan eksport minyak sawit telah berlaku sebanyak 23.294 juta tan metrik pada tahun 2016, 23.974 juta tan metrik (2017), dan 19.5 juta tan metrik (2018). Atas faktor keadaan ekonomi yang tidak stabil, peningkatan kos dan harga baja, racun, dan upah untuk menghasilkan buah kelapa sawit yang bermutu yang didapati semakin mahal menjadi punca penurunan eksport minyak sawit tersebut. Tambahan lagi, persaingan yang hebat antara minyak sayuran lain di pasaran dan isu berkaitan sekatan minyak sawit di Kesatuan Eropah (EU).

Minyak sawit merupakan salah satu minyak masak utama selain minyak sayuran lain seperti minyak zaitun, minyak kelapa, minyak bijan, minyak jagung, dan lain-lain yang menjadi pilihan pengguna di Malaysia. Namun, ia tidak menjadi pilihan utama terutama di negara-negara Barat seperti di Perancis dan Itali. Aspek penggunaan minyak sawit juga adalah berkaitan dengan kepuasan dari pihak pengguna kerana pembelian dan penggunaan sesuatu produk sangat berkaitan dengan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna merupakan isu terpenting dan kritikal bagi menjamin kejayaan sesebuah organisasi produk atau perkhidmatan di mana kegagalan memenuhi kepuasan pengguna dengan menyediakan produk atau perkhidmatan yang berkualiti akan memberi reputasi dan gambaran yang tidak baik kepada organisasi dalam tempoh jangka masa panjang (Maziah, Siti & Muhammad 2016). Kajian ini bertujuan mengkaji tahap kepuasan pengguna dalam kalangan responden pengguna domestik dan pelancong antarabangsa. Kepuasan pengguna juga boleh dijadikan sebagai petunjuk sama ada pengguna akan membeli atau menggunakan produk secara berterusan.

ULASAN LITERATUR

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu istilah perniagaan yang bermaksud untuk mengukur sejauhmana sesuatu produk atau perkhidmatan yang diberikan oleh organisasi tersebut bagi memenuhi jangkaan pelanggan (Aidil 2008). Ertinya, kepuasan pelanggan adalah bahagian yang menunjukkan kehendak, keperluan, dan jangkaan pelanggan yang perlu dicapai atau dipenuhi untuk mewujudkan kesetiaan pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Kepuasan ialah suatu perasaan yang dirasakan oleh seseorang terhadap sesuatu penerimaan sama ada

dalam bentuk produk atau perkhidmatan yang memenuhi apa yang diharapkan oleh individu (Hom 2002). Tahap kepuasan individu berbeza di antara satu sama lain bergantung kepada tahap jangkaan yang ditetapkan oleh individu tersebut terhadap perkhidmatan yang diterima.

Kajian oleh Nurmala (2018) yang bertujuan mencari model tumpuan pelanggan, kecerdasan pesaing, dan pelaksanaan hubungan kerja di syarikat perladangan kelapa sawit di Provinsi Kalimantan Barat di Indonesia. Hasil kajian mendapati hampir semua perusahaan di industri perkebunan sawit dapat menerapkan fokus pelanggan dan hubungan kerja berfungsi silang dalam kegiatan perniagaan. Kaji selidik pengguna telah dijalankan bagi mengetahui tahap kesetiaan pelanggan terhadap produk syarikat perladangan kelapa sawit di Kalimantan Barat Provinsi. Hasil kajian membuktikan sebanyak 93.5% daripada syarikat menyatakan pelanggan adalah setia, dan 3.9% (sangat setia), dan hanya 2.6% (kurang setia). Untuk mencapai kepuasan pelanggan, syarikat perladangan kelapa sawit perlu memberi perhatian kepada sistem penyampaian produk, prestasi produk atau perkhidmatan, imej korporat/produk/jenama, nilai harga yang dikaitkan dengan nilai yang diterima oleh pelanggan, prestasi pekerja dan kelebihan daya saing (Martin, Javalgi & Cavusgil 2017).

Memenuhi keperluan dan kepuasan pelanggan biasanya dilakukan oleh syarikat pengeluaran minyak sawit melalui aktiviti ekonomi. Ekonomi merupakan proses pengurusan dan sosial di mana individu atau kumpulan bertujuan untuk bertemu keperluan dan keinginan mereka melalui kreativiti, bekalan, dan pertukaran nilai produk dengan orang lain. Dalam konteks industri kelapa sawit, aktiviti ekonomi tidak langsung diarahkan kepada pelanggan untuk kegunaan individu, tetapi bertujuan untuk proses perniagaan pengeluaran. Oleh itu, syarikat-syarikat perladangan minyak sawit perlu memahami golongan sasaran pelanggan mereka (Von 2013). Tambahan lagi, kepenggunaan produk minyak sawit dalam kalangan pengguna atau pelanggan iaitu golongan sasaran utama perlu menjadi fokus dalam perniagaan bagi mengetahui tren terkini mengenai kepuasan hati mereka, faktor penyebab berpuashati atau sebaliknya, dan cadangan serta ekspektasi mereka dalam kepuasan hati terhadap kepenggunaan produk minyak sawit dalam aktiviti harian mereka.

Malaysia perlu terus berusaha untuk membezakan dan mempelbagaikan produknya untuk keluar dari perangkap komoditi yang memberi penekanan sepenuhnya pada harga. Dalam kes produk sawit, ia harus dibezakan dari persaingannya melalui produk nilai tambah, pemasaran, dan penjenamaan (Kamaleswari, B. 2000). Dengan usaha yang berterusan untuk memastikan kepuasan pelanggan melalui penyesuaian produk dan memastikan kualiti dan keselamatan makanan akan menjadi faktor yang membolehkan industri lebih kompetitif. Menurut Anderson, Fornell dan Cehmann (1994), kepuasan ditakrifkan sebagai penilaian secara keseluruhan berdasarkan pengalaman pembelian dan penggunaan ke atas produk atau perkhidmatan dari semasa ke semasa. Ukuran kepuasan pula digunakan sebagai satu penilaian ringkasan pengalaman penggunaan produk kelapa sawit dari perspektif pelanggan (Kamaleswari, B. 2000). Oleh kerana pesaing di dalam industri minyak masak semakin meningkat, semua pihak berkepentingan dalam rantaian pengeluaran sawit Malaysia wajar mencari inisiatif dan kaedah untuk bekerjasama bagi memenuhi cabaran baru.

Faktor pemilihan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Putrajaya mendapati 90% pengguna menjadikan faktor jenama yang popular, harga berpatutan, kandungan minyak sawit yang berkhasiat serta bermutu, dan juga faktor promosi yang dilakukan oleh syarikat minyak masak sebagai faktor pemilihan minyak masak dalam kehidupan seharian mereka (Izzah, Noraida

dan Er 2015). Muhammad Nur (2015) pula mengkaji berkaitan perubahan permintaan minyak sawit di Malaysia terhadap perubahan harga minyak sayuran lain menggunakan kaedah ekonometrik untuk menganalisis pola perubahan dari tahun 1975 hingga tahun 2010. Pola penggunaan dipengaruhi oleh harga kelapa sawit, harga minyak soya, pendapatan perkapita, dan populasi penduduk. Manakala Verneau et al. (2019) mengkaji niat pembelian pengguna di Itali dengan menilai sama ada persekitaran, sosial dan masalah kesihatan (*health concerns*) sebagai faktor pemacu kepada pilihan pengguna untuk mengurangkan kepenggunaan produk yang mengandungi minyak sawit. Tambahan pula, masalah kesihatan dijadikan sebagai prioriti responden dalam mengurangkan kepenggunaan mereka terhadap produk minyak sawit. Namun, bagi menangkis persepsi negatif global terhadap fungsi dan kebaikan produk minyak sawit, sebuah rancangan temubual secara maya di Indonesia yang dianjurkan oleh *Good Growth Partnership (GGP) Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)*, dan PT Lion Super Indo mengetengahkan tajuk “Adaptasi Kebiasaan Baru: ‘Sustainable Palm Oil’ untuk Bumi dan Manusia yang sihat” (RSPO 2020). Rancangan temubual secara maya ini diadakan bagi tujuan memberi pengetahuan dan kesedaran kepada masyarakat awam berkaitan produk lestari, termasuklah minyak sawit. Tambahan lagi, kajian yang dibuat oleh MarkPlus di Indonesia mendapati 82% responden menyatakan kesediaan mereka untuk menukar produk minyak sawit kepada yang lebih lestari, dengan penambahbaikan dibuat kepada label yakni ecolabel secara meluas ekoran masih ramai lagi yang sukar mengenalinya (RSPO 2020). Oleh demikian, kajian ini mengkaji akan tahap kepuasan kepenggunaan produk minyak sawit dalam kalangan penduduk tempatan dan pelancong antarabangsa di Sabah yang juga merupakan salah sebuah negeri di Malaysia dengan sektor perladangan sawit yang luas. Kajian ini dapat mengenalpasti beberapa faktor yang dipilih dalam pemilihan minyak sawit di dalam keperluan seharian mereka.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian lapangan telah dijalankan di sekitar Ranau dan Kota Kinabalu, Sabah pada bulan November 2019 di Kg. Kilimu, Kolam Air Panas Poring, Pekan Ranau, Kundasang, dan Telipok. Responden domestik terdiri daripada penduduk tempatan yang menggunakan minyak kelapa sawit dalam amalan harian mereka, penjual atau peruncit, seperti kedai atau pasaraya yang menjual produk minyak sawit dan pengusaha makanan yang beroperasi di kawasan kajian. Manakala pelancong antarabangsa adalah merujuk kepada pelancong luar negara yang mengunjungi ke kawasan kajian. Kumpulan sasaran ini dilihat sangat penting kerana mereka mempunyai pandangan sendiri terhadap soalan-soalan yang dikemukakan, di samping melihat sejauhmana kriteria pemilihan, persepsi awam terhadap pemilihan produk minyak sawit dan akhirnya mengetahui bilangan, sebab, dan cadangan responden berhubung kepuasan hati mereka dalam penggunaan produk minyak sawit di pasaran. Kajian ini menggunakan teknik persampelan bukan kebarangkalian. Dalam prosedur persampelan ini, penyelidik memilih subjek daripada populasi berdasarkan ciri-ciri tertentu, yang menjadikan subjek-subjek lain yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak berpeluang dipilih sebagai responden (Chua 2011). Setiap sampel yang hendak dipilih mesti menepati ciri-ciri responden seperti i) pengguna minyak sawit sebagai masakan harian, ii) pengguna minyak sawit sebagai kegunaan jualan makanan, iii) penjual produk minyak sawit, dan iv) pelancong antarabangsa. Terdapat beberapa teknik analisis digunakan menerusi perisian *Statistic Package for Social Sciences (SPSS)* iaitu analisis deskriptif (kekerapan, peratusan, dan

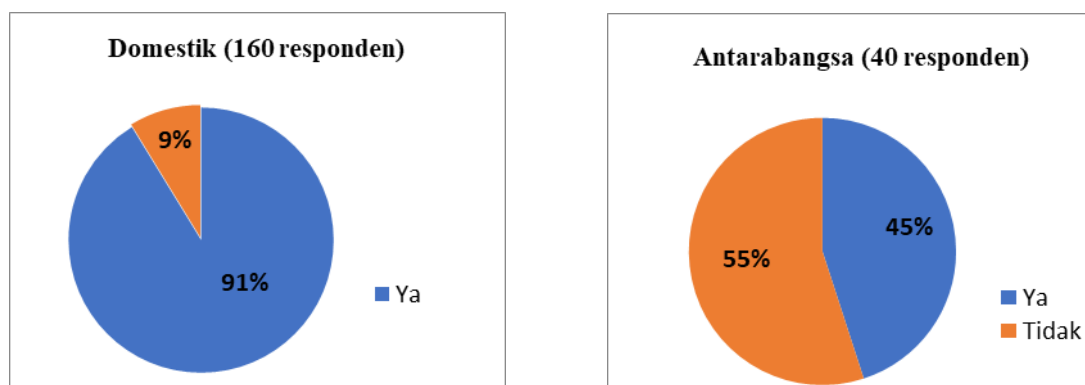
nilai min). Analisis korelasi Spearman Rho (ρ) dilakukan untuk mengkaji hubungan antara profil demografi responden (domestik dan antarabangsa) dengan kepuasan hati pengguna terhadap produk minyak sawit yang digunakan.

DAPATAN KAJIAN

Tahap kepuasan pengguna domestik vs pelancong antarabangsa

Rajah 1 menunjukkan seramai 164 orang (82%) pengguna domestik dan antarabangsa berpuashati terhadap produk minyak sawit berbanding dengan 36 orang (18%) responden yang menyatakan tidak berpuashati. Bagi pengguna domestik, mereka yang berpuashati adalah terhadap produk minyak sawit adalah tinggi, iaitu seramai 146 orang (91%) berbanding 14 orang (9%) yang tidak berpuashati. Manakala 18 orang (45%) pelancong antarabangsa berpuashati dan 22 orang (55%) menyatakan tidak terhadap produk minyak sawit. Kepuasan adalah penilaian atau tanggapan seseorang tentang prestasi produk dengan jangkaan dan harapan (Kotler & Keller 2016). Kepuasan pengguna adalah konsep yang dapat menentukan dalam pemikiran pemasaran dan penyelidikan pengguna. Lazimnya, pengguna yang berpuashati dengan produk, perkhidmatan atau jenama berkemungkinan akan terus membelinya dan berkongsi pengalaman yang menyenangkan terhadap produk, perkhidmatan atau jenama bersama individu lain (Peter & Oslon 2013). Sehubungan itu, kepuasan hati pengguna terhadap kepenggunaan produk minyak sawit perlu diberi perhatian serius oleh pihak yang berkaitan.

Rajah 1: Kepuasan pengguna domestik vs pelancong antarabangsa



Sumber: Kerja lapangan (2019)

i) *Kepuasan pengguna domestik terhadap produk minyak sawit*

Jadual 1 menunjukkan sebab-sebab pengguna domestik berpuashati terhadap produk minyak sawit yang digunakan. Kajian mendapati sokongan kepada produk tempatan dalam kalangan domestik adalah tertinggi, iaitu seramai 36 orang (24.7%) responden, diikuti dengan 21 orang (14.4%) responden yang berpuashati disebabkan harga produk minyak sawit yang murah dan berpatutan, manakala 15 orang (9.6%) responden adalah disebabkan pengeluaran minyak sawit yang mencukupi. Faktor lain adalah seperti kualiti, kesihatan, makanan halal, senang diperolehi, pelbagai kegunaan harian, tingkat ekonomi, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan pengguna mempunyai

semangat kesetiaan yang tinggi dan percaya terhadap produk minyak sawit keluaran tempatan. Penemuan ini adalah signifikan berikutan kerajaan kini menyarankan rakyat menggunakan minyak sawit dalam kehidupan seharian mereka yang sedikit sebanyak membantu kerajaan meningkatkan harga komoditi tersebut (Bernama 2019). Di samping itu, hasil kajian mendapati faktor harga yang murah bukan penentu utama kepuasan pengguna. Jenama Buruh menjadi pilihan utama pengguna domestik dijual dengan harga sebanyak RM22.95 bagi 5kg sebotol, diikuti Sri Murni (RM16.99), Saji (RM22.69), Helang (RM26.99), Vesawit (RM22.39), Neptune (RM24.90), dan Alif (RM21.99). Jika diteliti, harga termurah iaitu jenama Sri Murni bukan pilihan utama pengguna domestik dan hal ini boleh disimpulkan bahawa kepuasan hati pengguna bukan sahaja disebabkan oleh faktor harga, bahkan turut didorong oleh faktor lain seperti kualiti dan jenama. Dapatan ini disokong oleh Zeithmal dan Bitner (1996) yang mendapati bahawa kepuasan pelanggan bergantung pada harga dan kualiti produk, jenama, kualiti perkhidmatan, dan faktor peribadi.

Jadual 1: Kategori sebab-sebab pengguna domestik berpuashati terhadap produk minyak sawit

Bil.	Sebab-sebab berpuashati	Bilangan	Peratus (%)
1.	*Harga murah, rendah kolesterol dan mudah diperolehi	1	0.72.
2.	Baik atau berkualiti dan tidak menjejaskan kesihatan	9	6.2
3.	Bersih	1	0.7
4.	*Harga berpatutan, berkualiti dan berkhasiat	14	9.6
5.	*Harga yang murah dan berpatutan	21	14.4
6.	*Harga murah atau berpatutan dan buatan tempatan	1	0.7
7.	*Harga murah, berpatutan dan mudah diperolehi	6	4.1
8.	*Harga murah atau berpatutan dan senang masak	1	0.7
9.	*Harga stabil	1	0.7
10.	Kandungan yang berkhasiat dan lemak yang baik	5	3.4
11.	Kegunaan tradisi keluarga	1	0.7
12.	Keluaran tempatan dan tingkat pendapatan pekebun	4	2.7
13.	Keperluan harian penduduk	3	2.1
14.	Kualiti baik dan tahan lama	6	4.1
15.	*Mampu milik dan harga berpatutan	2	1.4
16.	Meningkatkan ekonomi negara	4	2.7
17.	Minyak masak yang mencukupi	15	10.3
18.	Mudah diperolehi dan senang digunakan	2	1.4
19.	*Murah, halal dan suci	2	1.4
20.	Pelbagai kegunaan	5	3.4
21.	Sokong produk tempatan	36	24.7
22.	*Termurah dan berjenama	1	0.7
23.	Tiada dinyatakan	2	1.4
24.	Tiada pilihan	1	0.7
25.	Tidak menjejaskan kesihatan dan halal	1	0.7
26.	Usaha diteruskan	1	0.7
Jumlah		146	100

*Nota: *faktor harga sebagai sebab utama pengguna berpuashati (50 orang responden)*

ii) Kepuasan pelancong antarabangsa terhadap produk minyak sawit

Berdasarkan Jadual 2, terdapat enam responden (33.3%) tidak menyatakan sebab berpuashati terhadap produk minyak sawit. Hal ini diikuti dengan tiga responden (16.7%) yang menyatakan

sebab berpuashati disebabkan faktor harga atau murah atau termurah, dua responden (11.1%) disebabkan murah, berpatutan, dan berkhasiat, dan dua responden (11.1%) disebabkan produk minyak murah dan berkualiti. Lain-lain sebab adalah kualiti yang baik, termurah dan berjenama, tidak senang terbakar, kegunaan tradisi keluarga, dan berkeadaan baik di mana masing-masing memperolehi seorang responden (5.6%). Pelancong antarabangsa yang berpuashati terhadap produk minyak sawit adalah didorong oleh faktor harga. Pelancong antarabangsa tersebut adalah dari negara Amerika Syarikat (dua orang), Brunei Darussalam (tiga orang), Hong Kong (dua orang), Indonesia (sembilan orang), Perancis (seorang), Taiwan (seorang). Justeru, ia menunjukkan persepsi harga mempunyai kesan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Rivai & Wahyudi 2017, Montung et al. 2015).

Jadual 2: Sebab-sebab pelancong antarabangsa berpuashati terhadap produk minyak sawit

Bil.	Sebab-sebab berpuashati	Bilangan	Peratus (%)
1.	Murah atau berpatutan dan berkhasiat	2	
2.	Faktor harga yang murah atau termurah	3	16.7
3.	Murah dan berkualiti	2	11.1
4.	Kualiti yang baik	1	5.6
5.	Termurah dan berjenama	1	5.6
6.	Tidak senang terbakar	1	5.6
7.	Kegunaan tradisi keluarga	1	5.6
8.	Berkeadaan baik	1	5.6
9.	Tidak dinyatakan	6	33.3
Jumlah		18	100

iii) Ketidakpuasan pengguna domestik terhadap produk minyak sawit

Jadual 3 menunjukkan sebab-sebab pengguna domestik tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit yang digunakan. Hasil kajian menunjukkan sebanyak tujuh orang responden (50%) tidak menyatakan sebab tidak berpuashati. Manakala, sebanyak dua orang responden (14%) tidak berpuashati kerana harga minyak yang tidak stabil, diikuti dua responden (14%) menyatakan sebab harga yang meningkat mendadak dan mahal. Seterusnya, lain-lain sebab adalah harga perlu diturunkan pada kadar yang berpatutan, minyak (beku) yang mahal dan minyak masak yang mencukupi di pasaran untuk keperluan harian di mana masing-masing memperolehi seorang responden (7%). Kajian ini menunjukkan faktor harga adalah sangat signifikan dalam menentukan tahap kepuasan hati pengguna. Harga yang munasabah atau berpatutan adalah faktor penting untuk pelanggan berpuashati kerana pelanggan menilai produk atau perkhidmatan berdasarkan harga yang dibayar oleh mereka (Anderson 1994; Bojanic 2007; Gilbert 2004).

Jadual 3: Sebab-sebab pengguna domestik tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit

Bil.	Sebab-sebab tidak berpuashati	Bilangan	Peratus (%)
1.	Perlu turunkan harga yang berpatutan .	1	7
2.	Mahal minyak beku.	1	7
3.	Harga minyak tidak stabil.	2	14
4.	Harga minyak meningkat mendadak dan mahal.	2	14
5.	Minyak sawit yang mencukupi.	1	7

6. Tidak dinyatakan.	7	50
Jumlah	14	100

Kajian ini menunjukkan sebab utama responden pengguna domestik kurang berpuashati adalah disebabkan faktor harga minyak tidak stabil dan meningkat secara mendadak di pasaran. Harga yang tidak stabil dan meningkat secara mendadak akan menyebabkan responden domestik, iaitu penduduk Ranau, penjual (kedai runcit dan pasaraya) dan peniaga restoran perlu berbelanja lebih dalam membeli produk minyak sawit yang menjadi sumber aktiviti harian atau jualan. Hal ini disokong dengan faktor pemilihan produk minyak sawit oleh pengguna domestik, iaitu 84 orang (52.5%) adalah mengutamakan faktor harga dalam memilih produk minyak sawit. Faktor harga yang tidak stabil dan meningkat mendadak juga akan meningkatkan kos sara hidup isi rumah responden domestik kerana 112 orang responden (70%) mempunyai pendapatan kasar keluarga dalam RM2,500.00 dan ke bawah. Selain itu, kajian mendapati responden yang mempunyai kelayakan akademik yang lebih baik cenderung tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit di mana responden yang mempunyai kelayakan akademik Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) dan ke atas, iaitu 11 orang (78.6%) daripada 14 orang cenderung tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit. Sehubungan itu, kerajaan boleh mengambil langkah strategik untuk mengawal harga minyak sawit, promosi, dan sebaran mengenai kebaikan minyak sawit kepada masyarakat di Malaysia, khususnya di Sabah.

iv) Ketidakpuasan pelancong antarabangsa terhadap produk minyak sawit

Jadual 4 menunjukkan sebab-sebab pelancong antarabangsa tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit yang digunakan. Kajian menunjukkan sebanyak 13 orang (59.1%) tidak menyatakan sebab tidak berpuashati. Hal ini diikuti dengan enam responden (27.3%) menyatakan bahawa mereka tidak menggunakan minyak sawit dalam keperluan harian. Manakala lain-lain sebab tidak berpuashati adalah disebabkan tidak merasakan kualiti minyak sawit lebih baik berbanding minyak lain, memusnahkan hutan tropika, habitat haiwan, dan menjejaskan persekitaran dan kegunaan minyak sawit yang terhad di mana masing-masing diwakili oleh seorang responden (4.5%). Kajian menunjukkan pelancong antarabangsa yang tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit adalah berasal dari negara Amerika Syarikat (3), Australia (2), China (2), United Kingdom (4), Perancis (5), Singapura (4), dan Sri Lanka (1). Penemuan kajian ini amat penting bagi kerajaan dan syarikat industri minyak sawit merancang strategi berkesan untuk mempromosikan produk minyak sawit melalui saluran media secara berkesan, seperti media massa, media cetak, elektronik, dan Internet. Ia mempunyai kesamaan dengan kajian Geuens dan Faseur (2010) yang mengkaji keberkesanan penggunaan media massa sebagai medium untuk mengiklankan produk komersil adalah terbukti berjaya kerana jangkauan akses kepada media massa adalah meluas untuk sampai kepada sasaran yang memiliki ciri yang berbeza-beza.

Jadual 4: Sebab-sebab pelancong antarabangsa tidak berpuashati terhadap produk minyak sawit

Bil.	Sebab-sebab tidak berpuashati	Bilangan	Peratus (%)
1.	Tidak rasa minyak sawit adalah lebih baik berbanding minyak lain.	1	4.5
2.	Tidak menggunakan minyak masak dalam keperluan harian.	6	27.3
3.	Kegunaan minyak sawit terhad.	1	4.5

4.	Memusnahkan hutan tropika, habitat haiwan dan menjejaskan persekitaran.	1	4.5
5.	Tidak dinyatakan.	13	59.1
Jumlah		22	100

Berdasarkan Jadual 5 menunjukkan korelasi Spearman's Rho yang dijalankan antara jenis responden (domestik dan antarabangsa) dengan kepuasan pengguna terhadap produk minyak sawit yang digunakan atau dijual. Kajian menunjukkan jenis responden mempunyai hubungan yang positif, sederhana dan signifikan dengan kepuasan hati terhadap produk minyak sawit dengan nilai koefisien korelasi $p = .482$ ($p < 0.01$). Hal ini menunjukkan bahawa responden domestik iaitu 91% (146 orang) lebih cenderung berpuashati terhadap produk minyak sawit. Seterusnya, analisis korelasi Spearman's Rho telah dijalankan antara agama dengan kepuasan hati pengguna terhadap produk minyak sawit. Analisis menunjukkan agama mempunyai hubungan positif, lemah dan signifikan dengan kepuasan hati terhadap produk minyak sawit dengan nilai koefisien korelasi $p = .268$ ($p < 0.01$). Hal ini menunjukkan bahawa responden yang beragama Kristian, iaitu 79 orang responden (daripada 164 orang responden yang berpuashati) lebih cenderung berpuashati terhadap produk minyak sawit.

Analisis menunjukkan kelulusan akademik mempunyai hubungan positif, sederhana dan signifikan dengan kepuasan hati terhadap produk minyak sawit dengan nilai koefisien korelasi $p = .338$ ($p < 0.01$). Hal ini menunjukkan responden yang mempunyai tahap kelulusan akademik yang lebih rendah lebih berpuashati terhadap produk minyak sawit. Selain itu, pendapatan mempunyai hubungan yang positif, sederhana dan signifikan dengan kepuasan hati terhadap produk minyak sawit dengan nilai koefisien korelasi $p = .346$ ($p < 0.01$). Hal ini menunjukkan responden yang mempunyai pendapatan yang lebih rendah lebih cenderung berpuashati dengan produk minyak sawit yang digunakan atau dijual. Selain daripada itu, analisis juga menunjukkan pekerjaan mempunyai hubungan yang negatif, songsang dan signifikan dengan kepuasan hati terhadap produk minyak sawit dengan nilai koefisien korelasi $p = -.167$ ($p < 0.05$). Hal ini menunjukkan bahawa responden yang mempunyai jenis pekerjaan kategori lain-lain, iaitu 58 orang responden (daripada 164 responden yang berpuashati) seperti surirumah, pelajar, petani, dan bekerja sendiri lebih cenderung berpuashati terhadap produk minyak sawit. Kajian ini menunjukkan seramai 51 orang responden (88%) dalam kategori jenis pekerjaan lain-lain mempunyai jumlah pendapatan kasar keluarga sebanyak RM2500 dan ke bawah. Sehubungan itu, harga menjadi faktor utama menjadi penentu dalam kepuasan hati terhadap produk minyak sawit di Ranau.

Jadual 5: Analisis korelasi antara demografi responden dengan kepuasan hati terhadap minyak sawit

Demografi	Kepuasan hati terhadap produk minyak sawit		Catatan
	Spearman's rho (Rho)	Sign. (p)	
Jenis responden	.482**	0	Positif, sederhana dan signifikan
Agama	.268**	0	Positif, lemah dan signifikan
Kelulusan akademik	.338**	0	Positif, sederhana dan signifikan
Pendapatan	.346**	0	Positif, sederhana dan signifikan
Pekerjaan	-0.167*	0.018	Negatif dan signifikan

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Jadual 6 menunjukkan cadangan pengguna domestik terhadap minyak sawit. Hasil kajian menunjukkan sebanyak 63 orang responden (39.4%) tidak memberikan cadangan. Seterusnya, seramai 21 orang (13.1%) menekankan bahawa harga minyak perlu stabil atau dikekalkan atau terkawal, keperluan menjaga dan meningkatkan kualiti minyak sawit dan selamat digunakan (11.9%) dan harga minyak diturunkan (6.9%). Manakala lain-lain cadangan daripada 86 orang (28.7%) adalah seperti penggunaan secara berhemat dan cermat, menaikkan harga jualan minyak, ceramah, hebahan, sebaran, dan untuk meningkat kesedaran, meningkat pengeluaran dan pasaran bagi minyak sawit mudah didapati, berdaya saing, pengguna yang bijak, galakkan biodiesel, ekonomi utama penduduk, menyokong produk tempatan, menaikkan harga jualan minyak sawit, dan lain-lain. Dapat disimpulkan bahawa faktor harga dan kualiti menjadi keutamaan responden domestik dalam kepenggunaan produk minyak sawit. Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) telah memperuntukkan subsidi minyak masak berjumlah RM600 juta yang melibatkan 282 syarikat pembungkus semula di bawah Skim Penstabilan Minyak Masak (COSS) pada tahun 2019, di mana subsidi berkenaan merangkumi sebanyak 60 sen bagi setiap paket satu kilogram membabitkan keseluruhan 60,000 tan minyak masak. Setiap syarikat diberikan kuota tertentu mengikut kawasan tertentu bagi membungkus semula minyak masak untuk dijual di pasaran tempatan pada harga RM2.50 sepeket (Berita Harian 2019). Selain itu, kualiti minyak masak boleh dipertingkatkan melalui pengeluaran produk kelapa sawit secara lestari. Langkah kerajaan untuk menjadikan pensijilan Minyak Sawit Mampan Malaysia (MSPO) mandatori pada Januari 2020 ke arah meningkatkan produktiviti, kualiti, dan kemampuan minyak sawit secara global dan pelaksanaan program Biodiesel B10 untuk membantu meningkatkan penggunaan minyak sawit dilihat sebagai strategi jangka panjang bagi mengukuhkan harga sawit di pasaran global (Lembaga Kelapa Sawit Malaysia 2019).

Jadual 6: Cadangan pengguna domestik terhadap minyak masak

Bil.	Jenis cadangan	Bilangan	Peratus (%)
1.	Ekonomi utama penduduk.	1	0.6
2.	Peningkatan pengeluaran dan pasaran bagi mudah didapati.	2	1.3
3.	Mengurangkan pengeluaran bagi kurangkan penyakit kolesterol.	1	0.6
4.	Mampu bersaing dengan minyak lain.	1	0.6
5.	Pengeluaran minyak masak yang rendah kolesterol dan baik untuk kesihatan.	1	0.6
6.	Menjadi pengguna yang bijak dan cemerlang.	1	0.6
7.	Pelbagaikan dan meluaskan penggunaan minyak sawit.	9	5.6
8.	Menjaga atau meningkatkan kualiti minyak dan selamat.	19	11.9
9.	Tingkatkan kualiti produk dan harga yang murah.	1	0.6
10.	Harga minyak perlu stabil atau dikekalkan atau terkawal.	21	13.1
11.	Menepati piawaian yang ditetapkan dan mematuhi piawaian pihak berkuasa.	1	0.6
12.	Harga minyak diturunkan.	11	6.9
13.	Harga murah atau berpatutan dan kualiti baik.	2	1.3
14.	Penanaman kelapa sawit dapat keuntungan besar.	2	1.3
15.	Menaikkan harga jualan minyak sawit.	5	3.1
16.	Berharap pengguna selesa menggunakan minyak sawit.	1	0.6
17.	Penggunaan minyak secara berhemat dan cermat.	5	3.1

18.	Sokong menggunakan minyak sawit buatan tempatan.	1	0.6
19.	Usaha diteruskan.	2	1.3
20.	Ceramah atau kempen, hebahan dan sebaran tingkatan kesedaran.	3	1.9
21.	Membuka kilang minyak sawit di Ranau agar mudah didapati.	1	0.6
22.	Menggalakkan penggunaan biodiesel.	1	0.6
23.	Promosi minyak sawit yang berkesan.	5	3.1
24.	Tidak dinyatakan.	63	39.4
Jumlah		160	100

Sumber: Kajian lapangan (2019)

Jadual 7 pula menunjukkan cadangan pelancong antarabangsa terhadap minyak sawit. Kajian ini mendapati bahawa seramai 38 orang responden (80%) tidak memberikan cadangan. Namun demikian, terdapat tiga orang (8%) mencadangkan bahawa kualiti minyak perlu dijaga dan dipertingkatkan serta selamat digunakan oleh semua. Ia diikuti dengan lain-lain cadangan di mana masing-masing seorang responden (3%) iaitu menjadikannya sebagai ekonomi utama penduduk, mengeluarkan produk minyak sawit yang berkolesterol rendah dan baik untuk kesihatan, mempelbagaikan dan meluaskan penggunaan minyak sawit, harga minyak sawit perlu stabil atau dikekalkan dan terkawal, dan mempromosi minyak sawit yang berkesan. Kajian juga menunjukkan bahawa faktor kualiti menjadi meutamaan responden antarabangsa dalam kepenggunaan produk minyak sawit. Sehubungan itu, kerajaan telah mengambil pelbagai langkah untuk meningkatkan kualiti produk minyak sawit. Antaranya Pensijilan Minyak Sawit Mampan Malaysia (MSPO) yang akan menjamin produk minyak sawit adalah sumber yang berkualiti dan lestari (Berita Harian 2019). Selain itu, Kementerian Industri Utama juga menyarankan lebih banyak penyelidikan mengenai minyak sawit negara dilakukan bagi meningkatkan keyakinan negara luar terhadap kelebihan nutrisi dan kualiti minyak sawit seperti kerjasama Lembaga Minyak Sawit Malaysia (MPOB) dengan universiti penyelidikan luar negara (Sinar Harian 2019).

Jadual 7: Cadangan pelancong antarabangsa terhadap minyak sawit

Bil.	Jenis cadangan	Bilangan	Peratus (%)
1.	Menjadikannya minyak sawit sebagai ekonomi utama penduduk.	1	3
2.	Mengeluarkan produk minyak sawit yang berkolesterol rendah atau baik untuk kesihatan.	1	3
3.	Pelbagaikan dan meluaskan penggunaan minyak sawit.	1	3
4.	Menjaga dan meningkatkan kualiti minyak dan selamat.	3	8
5.	Harga minyak perlu stabil, dikekalkan dan terkawal.	1	3
6.	Promosi minyak sawit yang berkesan.	1	3
7.	Tidak dinyatakan.	38	80
Jumlah		40	100

KESIMPULAN

Responden pengguna domestik berpuashati mengguna minyak sawit kerana harga produk minyak sawit yang murah dan berpatutan. Faktor lain adalah seperti kualiti, kesihatan, makanan halal, senang diperoleh, pelbagai kegunaan harian, tingkat ekonomi, dan sebagainya. Begitu juga bagi responden pelancong asing berpuashati kerana faktor harga yang termurah, berpatutan dan berkhasiat serta berkualiti. Lain-lain sebab adalah disebabkan jenamanya, tidak senang terbakar, kegunaan tradisi keluarga, dan berkeadaan baik. Manakala ketidakpuasan responden pengguna

domestik adalah kerana faktor harga minyak yang tidak stabil dan meningkat secara mendadak di pasaran. Hal tersebut akan menyebabkan responden pengguna domestik terpaksa berbelanja lebih ketika membeli produk minyak sawit yang menjadi sumber aktiviti harian atau jualan. Responden pelancong antarabangsa yang pernah mengguna minyak sawit kurang berpuashati dengan kualiti minyak sawit jika dibandingkan dengan minyak lain. Mereka mempunyai tanggapan bahawa penggunaan sawit menyebabkan kemusnahan hutan tropika, habitat haiwan, dan menjejaskan persekitaran. Analisis korelasi menunjukkan kelulusan akademik, pendapatan dan jenis pekerjaan mempunyai hubungan yang signifikan dengan tahap kepuasan dalam kalangan responden. Kajian tahap kepuasan dalam kalangan penduduk lokal dan pelancong antarabangsa di Ranau, Sabah ini memberi satu platform untuk pihak-pihak berkepentingan untuk mengkaji dan meneliti apakah langkah-langkah penambahbaikan yang perlu diutarakan dan diperbincangkan dalam usaha membudayakan kepenggunaan produk minyak sawit dalam kehidupan seharian masyarakat awam. Kerjasama sektor awam dengan pihak swasta juga dapat digalakkan dan dilaksanakan dalam tempoh jangka yang panjang terutama dalam bidang teknologi, penyelidikan dan pembangunan bagi memperkukuh daya saing dan pertumbuhan ekonomi industri sawit di pasaran global.

PENGHARGAAN

Penulis ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada projek penyelidikan EP-2017-028, Geran Kursi Endowmen MPOB-UKM di bawah kepimpinan Profesor Dr. Er Ah Choy di atas pembiayaan penyelidikan ini.

RUJUKAN

- Aidil Suraya, A.K. (2008). *Model kepuasan pelanggan bagi laman web e-runcit* (Tesis Sarjana). Diakses daripada Universiti Teknologi Malaysia.
- Anderson, E.W., Fornell, C. & Lehmann, D.R. 1994. Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, vol. 58, No. 3, pp. 53-66.
- Bernama. (2019). Timbalan menteri gesa rakyat guna minyak sawit demi bantu naikkan harga. diakses daripada <http://www.atauatawww.freemalaysiatoday.com>.
- Chua, Y. P. (2011). *Kaedah dan Statistik Penyelidikan Edisi Kedua*. Bangi, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Izzah Syazwany Mohd Nasir, Noraida Abdul Rani & Er Ah Choy. (2015). Faktor pemilihan minyak sawit dalam kalangan pengguna: Kajian empirikal di Putrajaya, Malaysia. *Geografia-Malaysia Journal of Society and Space 11 Issue 8* (66-77).
- Kamaleswari, B. (2000). *The Brand Equity Approach to Marketing of Malaysian Palm Products* (Tesis Sarjana). Diakses daripada Universiti Sains Malaysia.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Lembaga Minyak Sawit Malaysia. (2019). Minyak sawit: Kempen Sayangi Minyak Sawit Malaysia. Diakses daripada <https://www.mpob.gov.my>
- Martin, S.L., Javalgi, R.G., Cavusgil, E. (2017). Marketing capabilities, positional advantage, and performance of born global firms: Contingent effect of ambidextrous innovation. *International Business Review 26*(3): 527-543.

- Muhammad Nur, R. (2015). Kesan perubahan permintaan minyak sawit di Malaysia terhadap perubahan harga minyak sayuran lain. *Social Sciences Postgraduate Seminar (SSPIS) 2015*.
- Nurmala, N. (2000). Building Competitive Advantage for Economic Performance: A Study of the Palm Plantation Company in West Kalimantan. *International Journal of Economics and Financial Issues* 8(5): 172-183.
- Peter, P. & Jerry, C. O. (2013). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Ninth Edition. New York: McGraw Hill.
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), (2020). Consumers demand more sustainable palm oil products with eco labels as part of the new normal. Retrieved from <https://rspo.org/news-and-events/news/consumers-demand-more-sustainable-palm-oil-products-with-eco-labels-as-part-of-the-new-normal> (18 Ogos 2020).
- Sinar Harian. (2019). Kualiti minyak sawit Malaysia rendah, itu hanya persepsi. Diakses daripada <https://www.sinarharian.com.my/article/32545/BERITA/Nasional>
- Verneau, F., La Barbera, F., Amato, M. and Sodano, V. (2019). Consumers' concern towards palm oil consumption: An empirical study on attitudes and intention in Italy. *British Food Journal*, vol. 121 No. 9, pp. 1982-1997.
- Von, G. J. (2013). Market-based governance for sustainability in value chains: Conditions for successful standard setting in the palm oil sector. *Journal of Cleaner Production* 56(1): 39-53.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, L.L. (1996). SERVQUAL: A multiple – item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* 64(1): 12-36.

MAKLUMAT PENULIS

ER AH CHOY (Pengarang Koreponden)

Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
eveer@ukm.edu.my

WAFADILA

Program Sains Pembangunan,
Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p97825@siswa.ukm.edu.my

NUR FATIN AQILA MOHD. FADZILAH

Program Sains Pembangunan,
Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p98651@siswa.ukm.edu.my

EGNA FRANCIS GITOM

Program Sains Pembangunan,
Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p96547@siswa.ukm.edu.my

NUR HASYAA MARZUKI

Program Sains Pembangunan,
Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p96985@siswa.ukm.edu.my

NOORDEYANA TAMBI

Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
deyana@ukm.edu.my