



NOTA PENYELIDIKAN

Perlindungan keselamatan pengguna: Menjejaki dorongan dan amalannya di kalangan pengusaha makanan skala kecil di Malaysia

Suraiya Ishak¹, Ahmad Rafli Che Omar²

¹Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan & Persekitaran, Fakulti Sains Sosial & Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia,

²Pusat Pengajian Pengurusan, Fakulti Ekonomi & Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Suraiya Ishak (email: suraiya@ukm.edu.my)

Abstrak

Tanggungjawab melindungi keselamatan pengguna mempunyai kaitan dengan pengeluar yang menghasilkan produk. Sehubungan itu kajian ini telah menghurai tentang dorongan dan amalan pengeluar makanan berskala kecil dalam isu perlindungan keselamatan pengguna. Kaedah temubual telah digunakan bagi melaksanakan kajian ini. Empat orang responden pengeluar makanan berskala kecil telah dipilih menggunakan kaedah persampelan bertujuan. Analisis menunjukkan kawalan perlindungan pengguna lebih didominasi oleh perspektif *caveat emptor*. Tiga tema utama yang mendorong pengeluar melaksanakan amalan perlindungan pengguna terdiri daripada tema (1) pematuhan peraturan pihak berkuasa, (2) menjamin mutu produk akhir supaya memenuhi kehendak pengguna dan (3) prinsip etika peniaga. Manakala daripada sudut amalan perlindungan pula terdiri daripada (1) penggunaan bahan mentah terbaik dan selamat, (2) mematuhi semua peraturan berkaitan pengilangan yang baik dan selamat, (3) penggunaan mesin automatik, serta (4) pengesahan dan verifikasi badan berkuasa seperti Jakim dan Kementerian Kesihatan. Kawalan dalaman menerusi undang-undang lembut (*soft law*) didapati masih terhad di kalangan pengeluar terlibat kerana mereka masih belum mempunyai sebarang persediaan garis panduan atau prosedur operasi khusus bagi mengurus kemungkinan risiko mudarat kepada pengguna akibat daripada penggunaan produk tersebut.

Katakunci: *caveat emptor*, etika perniagaan, firma kecil, perlindungan pengguna, SOP, tanggungjawab peniaga

RESEARCH NOTE

Consumer safety protection: Exploring the motives and practices of Malaysian small food manufacturers

Abstract

The responsibility of protecting consumer well-being has a lot to do with product manufacturers. This study examined the motives and practices of selected small scale food manufacturers within the ambit of consumer protection issue. In-depth interviews were conducted involving four small scale food manufacturers selected by purposive sampling technique. Their responses were analyzed thematically. Overall the findings indicated that manufacturers drive for protecting consumer was dominated by the *caveat emptor* perspective. Three themes of manufacturer motives for enacting consumer protection were identified, namely, to comply with regulatory

requirements issued by authorities, to ensure quality final products, and the manufacturer's own personal ethical principle. Protection practices adopted by manufacturers were found to consist of superior and safe raw ingredients, compliance with all the prevailing rules and regulations pertaining to best practices in manufacturing practices, automation, and obtaining specified formal approvals and verifications from recognised authorized such as Jakim and the Ministry of Health. Protection via soft laws seemed rather limited as most respondents were unprepared with the relevant SOPs to manage damages inflicted on consumers from the use of their products.

Keywords: business ethics, caveat emptor, consumer protection, seller responsibility, SOP, small firms

Pendahuluan

Gerakan kepenggunaan telah menjadikan isu perlindungan dan pemerksaan pengguna sebagai agenda utama di Malaysia (Fomca, 2013). Perlindungan pengguna telah sekian lama direalisasikan menerusi mekanisme perundangan. Namun begitu, perlindungan pengguna juga merupakan peluang peniaga menerapkan tindakan filantropi yang bersifat menang-menang dan membina reputasi baik bagi entiti perniagaan terlibat. Pengguna merupakan pihak yang menggunakan produk peniaga dan bakal menerima kesan langsung daripada penggunaan tersebut. Oleh itu langkah memberi produk yang selamat dan menyihatkan merupakan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan filantropi yang besar sumbangannya kepada masyarakat.

Sehubungan itu, makalah ini akan menghurai dorongan dan bentuk amalan pengeluar produk makanan berskala kecil semasa melunaskan tanggungjawab penjagaan keselamatan dan kesihatan pengguna di Malaysia. Isu sebegini penting diselidiki kerana pengguna sering menggunakan produk makanan yang dihasilkan oleh peniaga skala kecil dalam kehidupan harian (Suraiya, 2011_b). Berikutan itu, sikap cuai dan abai terhadap aspek kebersihan dan keselamatan pengguna mengundang pelbagai mudarat kepada kesihatan dan kualiti hidup jangka panjang keseluruhan pengguna (Suraiya 2011_b, Suraiya & Ahmad Rafli 2011_c).

Tanggungjawab peniaga ke atas keselamatan dan kesihatan pengguna

Justifikasi kepada tanggungjawab peniaga dalam isu keselamatan pengguna dapat disandarkan kepada beberapa hujah. Pertama, menurut Green (2006) syarikat makanan merupakan organisasi perniagaan yang mampu menjana keuntungan besar. Sehubungan itu, Green (2006) menyatakan syarikat pengeluar produk makanan perlu bertanggungjawab membuat keuntungan dengan cara yang selari dengan kepentingan masyarakat. Kedua, selaras dengan pandangan Friedman (2004) dan Suraiya & Ahmad Rafli (2009) mengenai keuntungan maksimum sebagai matlamat sosial yang sah bagi entiti perniagaan, maka tanggungjawab sosial pengeluar produk makanan paling tepat untuk direalisasikan dalam bentuk penyediaan produk makanan selamat dan berkualiti. Penerapan tanggungjawab sosial yang sah (*legitimate*) bagi sesebuah entiti perniagaan turut dibincangkan secara mendalam dalam model tanggungjawab sosial bernilai tinggi oleh Suraiya dan Ahmad Rafli (2011_a). Dalam perbincangan tersebut, tanggungjawab sosial bernilai tinggi telah dikaitkan dengan penciptaan kekayaan kepada pemilik perniagaan menerusi tindakan yang betul (*do the right things*) dan melakukannya dengan kaedah cara yang betul (*do things right*). Pelaksanaan tanggungjawab sosial berimpak tinggi membolehkan masyarakat memperolehi faedah dalam bentuk peningkatan kualiti hidup seperti penawaran produk yang bermutu tinggi dan selamat, kepelbagaian produk di pasaran dan pemuliharaan alam sekitar, manakala entiti perniagaan memperolehi faedah dalam bentuk peningkatan jualan dan keuntungan maksimum. Justeru, entiti korporat besar telah lama mengamalkan usaha melindungi pengguna dalam konteks operasi mereka (Green, 2006; dan Perrini et al., 2010). Kebertanggungjawaban terhadap kepentingan dan kehendak pengguna mampu menghasilkan faedah dalam bentuk kesetiaan jenama dan kesanggupan pengguna membayar harga premium bagi mendapatkan produk syarikat berkenaan (Perrini et al., 2010).

Ketiga, berdasarkan kajian Sakina et al. (2012) terdapat empat bentuk tanggungjawab korporat (perniagaan), iaitu terdiri daripada tanggungjawab ekonomi, tanggungjawab perundangan, tanggungjawab etika dan tanggungjawab filantropi. Tanggungjawab adalah konsep yang berhubung kait dengan akauntabiliti dan akauntabiliti adalah berkait dengan perundangan (*juridical*) yang tegas. Justeru seseorang mesti bertanggungjawab ke atas perlakuannya atau natijah daripada perlakuannya- apabila piawai tegas tertentu (*strict obligation*) telah menentukan beliau harus memikul akauntabiliti tentangnya. Malahan, individu perlu bertanggungjawab terhadap hasil yang lahir daripada perlakuan yang tidak memenuhi piawai obligasi tegas (*strict obligation*). Piawai rujukan ke atas setiap tindakan boleh diasaskan kepada piawai moral atau perundangan.

Menurut Sakina et al. (2012), tanggungjawab ekonomi merujuk kepada jangkaan firma untuk memaksimum untung perniagaan; tanggungjawab perundangan pula didefinisikan sebagai obligasi firma untuk mematuhi setiap perundangan yang digariskan dalam usaha menunaikan tanggungjawab ekonomi. Kawalan perundangan ke atas isu perlindungan pengguna terbahagi kepada dua bentuk iaitu undang-undang lembut (*soft law*) dan undang-undang keras (*hard law*). Undang-undang lembut merujuk kepada pembentukan polisi dan kod etika, manakala undang-undang keras merujuk perundangan dan peraturan khusus bagi sesuatu perkara. Walau bagaimanapun berdasarkan hasil kajian Sakina et al. (2012) masih terdapat beberapa lompong perundangan di Malaysia yang mendedahkan pengguna kepada pelbagai kerugian. Sehubungan dengan *lacuna* perundangan, tanggungjawab etika yang bersifat kawalan sendiri peniaga (*self-regulating*) berfungsi melengkapkan usaha melindungi pengguna secara lebih berkesan. Tanggungjawab etika merujuk tindakan firma yang bermoral dan beretika; dan tanggungjawab filantropi pula adalah pembabitan sukarela firma dalam aktiviti kebajikan masyarakat. Oleh yang demikian, tanggungjawab pengeluar produk makanan ke atas keselamatan dan kebajikan pengguna merupakan gabungan tanggungjawab perundangan, etika dan filantropi. Pelaksanaan tanggungjawab tersebut akhirnya akan berhubung kait juga dengan tanggungjawab firma mencipta keuntungan ekonomi. Ini kerana penghasilan produk yang menjejaskan pengguna bakal mengalami kemerosotan jualan dalam jangka masa panjang.

Namun persoalannya, apakah tindakan yang diambil entiti perniagaan skala kecil dalam melindungi pengguna? Hal ini wajar diteliti kerana suasana perlindungan pengguna di Malaysia masih bergantung kepada penguatkuasaan undang-undang atau perlindungan secara *kaveat emptor* (Suraiya & Ahmad Rafli (2011_c)). Justeru ia mewujudkan rasional bagi penelitian tentang dorongan dan amalan peniaga kecil dalam isu tersebut.

Doktrin perlindungan pengguna

Terdapat tiga perspektif dalam membincangkan amalan perlindungan pengguna di kalangan peniaga. Perspektif pertama ialah perspektif kontraktual. Menurut perspektif kontraktual, peniaga dan pengguna diandaikan mempunyai hubungan secara kontraktual. Oleh yang demikian, tanggungjawab moral peniaga kepada pelanggan adalah terhad setakat kandungan kontrak peniaga dan penjual. Apabila seseorang pengguna membeli produk (perkhidmatan) peniaga, diandaikan mereka telah memasuki kontrak jualan secara sukarela dan bersedia membayar peniaga atas produk (perkhidmatan) diperolehi; manakala firma bersetuju memberikan produk (perkhidmatan) dengan ciri-ciri tertentu. Ia turut mewujudkan tanggungjawab peniaga untuk mematuhi semua aspek berkaitan penyampaian produk seperti kebolehpercayaan, jangka hayat, keselamatan produk, pendedahan maklumat yang telus.

Perspektif kedua pula melibatkan teori *due care*. Perspektif ini mengandikan peniaga dan pengguna tidak mempunyai pengetahuan yang sama mengenai produk (perkhidmatan) dan meletakkan pengguna sebagai pihak yang terancam kepentingannya. Justeru peniaga diperlukan mengambil langkah berjaga-jaga (teliti) dalam menjaga pengguna meliputi aspek rekabentuk produk, pemilihan material yang selamat dalam pebinaan produk, proses pengeluaran yang diikuti, kawalan kualiti dan aspek ketelusan dalam arahan penggunaan, label dan amaran. Menurut perspektif ketiga iaitu kos sosial (*social cost*)-

kebertanggungjawaban moral peniaga adalah meliputi langkah berjaga-jaga dan kesediaan membayar ganti rugi atas segala mudarat dan musibah dialami pengguna. Justeru perspektif kos sosial merupakan *kaveat vendor* jenis kuat berbanding perspektif *due care* yang merupakan *kaveat vendor* versi lemah.

Metodologi

Kajian ini telah menggunakan temubual bersemuka dengan 4 pengusaha makanan berskala kecil. Jadual 1 menunjukkan latar belakang pengusaha yang telah ditemubual.

Jadual 1. Latar belakang responden

	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Responden 4
Nama	En. Zukri	En. Wan	Pn. Rubi	Pn. Yantee
Produk	Sos dan pencecah	Murtabak	Keropok lekor	Kuih tradisional
Skala perniagaan berasaskan bilangan pekerja	20 pekerja	40 orang	4 orang	5 orang
Usia perniagaan (dari tahun mula operasi sehingga 2013)	24 tahun	10 tahun	3 tahun	10 tahun

Pemilihan 4 responden tersebut dilakukan secara persampelan bukan-berkebarangkalian jenis bertujuan (*purposive sampling*). Sesi temubual telah dipandu oleh beberapa soalan berstruktur yang bertujuan memahami dorongan dan amalan pengusaha bagi menjaga kepentingan dan keselamatan pengguna. Amalan pengusaha telah diperincikan kepada perkara berikut:

- a) Keselamatan produk dan proses
- b) Jaminan halal
- c) Piawai khusus bagi menangani tuntutan pengguna yang ditimpa mudarat.

Selain daripada itu, pemerhatian langsung turut dilakukan ke atas fizikal produk iaitu bekas dan maklumat pada label. Secara khusus aspek yang diperhatikan ialah material bekas mengisi produk, manakala aspek maklumat label difokuskan kepada penetapan tarikh luput, pengesahan label halal, catatan ramuan dan fakta nutrisi. Analisis kandungan telah digunakan bagi menghurai dapatan kajian.

Analisis

Huraian analisis dibahagikan kepada bahagian berikut:

a) Keselamatan produk dan proses

Jadual 2 menunjukkan maklumbalas temubual tentang keselamatan produk dan proses. Berdasarkan maklumat Jadual 2, setiap pengeluar mempunyai amalan tertentu untuk menjamin mutu dan keselamatan bahan mentah yang digunakan dalam pembuatan produk.

Jadual 2. Respon mengenai penjagaan keselamatan produk dan proses - Kawalan bahan mentah

Kandungan bahan	Responden 1
Responden 1	“Kita beli cili dari Singapura dan cili kering dari China. Kita tak beli banyak sebab kita nak pastikan bahan mentah kita segar dan cantik . Sekali beli 200 guni sahaja dan kita tak buat stok bahan mentah banyak-banyak. Kita ada pembekal yang akan <i>supply</i> pada kita bila diperlukan. Jadi bahan kita sentiasa terbaik”
Responden 2	“Kita tak gunakan bahan pewarna ke atau bahan perasa . Kita guna bahan terbaik contoh, bawang kita gunakan bawang Holand sahaja dan kita peka dengan bahan yang digunakan. Cuka makan pun macam tu. Sebab kalau tak kena (bahan mentah) contohnya kita nak jimat kos kita beli barang mentah yang murah, mesti kualiti dia akan berubah. Jadi kita tak mahu begitu”
Responden 3	“Saya tak guna pengawet, pewarna dan perisa dalam produk. Saya guna isi ikan atau disebut otoshimi dari Trengganu. Tu pun ada sijil halal. Keropok lekor ni kualiti dia mula pada kesegaran ikan lagi. Kena ikut spesifikasi betul-betul, kalau tak, tak jadi keropok”
Responden 4	“Saya guna semua bahan original . Tak pakai langsung pengawet dan ajinomoto. Jadi semua benda yang elok dan tak ganggu kesihatan. Lagi satu saya sentiasa pastikan produk saya segar...maksud saya saya tak simpan stok popia siap banyak-banyak. Saya buat secukupnya untuk tempahan. Saya simpan dalam bentuk sejuk beku dan bila <i>customer</i> mahu baru saya akan goreng. Semua alat masak saya sapukan minyak supaya tak berkarat”

Sebagai contoh, responden 1 memilih untuk mendapatkan stok bahan mentah mengikut jumlah diperlukan pada ketika pengeluaran mahu dijalankan. Langkah tersebut bertujuan mengelak keusangan bahan mentah yang mungkin memudaratkan pengguna. Manakala responden 2, 3 dan 4 menyatakan mereka tidak menggunakan bahan pewarna, perasa tiruan dan pengawet dalam produk dihasilkan. Pemilihan dan penggunaan bahan mentah yang terbaik adalah kerana mutu bahan mentah boleh mempengaruhi rasa dan kualiti produk akhir. Keadaan itu akan menyebabkan jualan produk terjejas. Sehubungan itu, tema bagi usaha peniaga melindungi pengguna dapat dikaitkan kepada faktor “peniaga memilih untuk menggunakan bahan mentah terbaik kerana ia dapat menjamin produk akhir yang baik dan memenuhi kehendak pelanggan”. Dorongan kepada kawalan keselamatan pengguna secara mekanisme-kendiri timbul disebabkan minat dan keinginan usahawan mengekalkan mutu produk yang dapat memberi kesan kepada hasil jualan serta keuntungan perniagaan. Pengeluar amat peka kepada kualiti produk akhir masing-masing kerana ia adalah alat kepada pencapaian matlamat untung yang merupakan tanggungjawab ekonomi bagi firma perniagaan. Di samping itu, wujud faktor dorongan ketiga yang bersifat kesedaran etika dalam pemilihan produk yang hendak dijual kepada pasaran sebagaimana maklumbalas responden 3:

“ Saya berpegang pada integriti lah. Masa mula niaga dulu saya jual makanan di tepi sekolah untuk budak-budak sekolah. Saya jual *jelly* kelapa dan ais krim. Tapi saya tak jual jajan (makan ringan). Sebabnya senang...kalau kita tak suka anak kita atau keluarga kita makan benda yang tak berkhasiat, kita pun jangan sesekali jual benda tu pada orang lain. Itu prinsip saya pegang. Lagi pun tak berkat kita jual benda yang tak elok pada orang. Naya orang”

Di samping itu, para pengusaha didapati turut memberi perhatian kepada jaminan keselamatan proses yang dilalui semasa penghasilan produk (Jadual 3).

Jadual 3. Respon mengenai penjagaan keselamatan produk & proses – Kawalan proses pembuatan

Responden 1	
Responden 1	<p>“ Kita sentiasa diperiksa oleh penguatkuasa KKM. <i>Anytime</i> mereka datang. Jadi kita sangat tegas dan jaga kebersihan dan keselamatan produk dihasilkan. Contohnya penggunaan <i>preservative</i> dalam makanan sangat kita jaga. Sebab kalau lebih akan disaman. Dulu kita pernah disaman lah tapi selepas itu kita mula belajar dan faham jadi kita tahu apa perlu dibuat”.</p> <p>“Kita guna mesin semua untuk buat kerja dari mula. Dulu ya kita guna tangan untuk kacau tapi bila guna mesin..bahan masuk terus sehingga peringkat filling”</p>
Responden 2	<p>“Kita ikut semua peraturan pihak berwajib. Penguatkuasa daripada KKM selalu datang melawat kita. Kita dah ada HACCP dan kita pun akan dapat GMP tahun ni (iaitu 2013)”</p>
Responden 3	<p>“ kita di sini jaga sangat kebersihan. Semua proses pakai mesin dan kita tak sentuh direct dengan tangan. Kita pakai <i>glove</i>. Sebab tangan kita ni ada enzim yang boleh rosakkan makanan</p>

Berdasarkan maklumat temubual pada Jadual 3 didapati peraturan keselamatan proses adalah tertakluk kepada kawal selia perundangan dan penguatkuasaan di bawah Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM). Responden melaporkan pihak KKM sering membuat lawatan berkala ke firma pengeluar makanan di Malaysia. Selain daripada itu, penggunaan mesin dan peralatan automatik turut menjamin tiada pencemaran luar dan merbahaya masuk ke dalam proses pengeluaran produk seperti dimaklumkan Responden 1. Responden 2 turut menekankan aspek pematuhan peraturan kerajaan serta berusaha mendapatkan pensijilan Amalan Pengilangan Baik (GMP) bagi menyakinkan lagi pengguna tentang keselamatan proses pengilangannya. Pada masakini, Responden 2 sudah mempunyai sijil Analisis Bahaya dan Titik Kawalan Kritikal (HACCP) dan Standard MS 1500 (piawai makan halal). Oleh itu kawalan keselamatan pengguna berlaku disebabkan “usahawan telah memberi perhatian kepada undang-undang yang tersedia dikuatkuasakan serta mengelak kos tambahan (contoh bayaran saman) ke atas perniagaan disebabkan pelanggaran peraturan”.

Selain daripada temubual, pemerhatian ke atas ciri perlindungan pengguna yang diletakkan pada fizikal produk ditunjukkan seperti dalam Jadual 4.

Jadual 4. Pemerhatian maklumat label produk

Dimensi pemerhatian	Produk responden 1	Produk responden 2	Produk responden 3	Produk responden 4
Bekas isian produk	Botol kaca	Beg plastik dan dilekat (<i>seal</i>)	Bekas plastik dan diketip dengan dawai kokot (<i>stapler</i>)	Bekas plastik yang dililit dengan pita pelekat
Catatan tarikh luput	Ada	Tiada	Tiada	Ada
Kewujudan logo halal sah	Ada – Jakim / Thailand	Ada – Jakim	Tiada	Tiada
Catatan ramuan Fakta nutrisi	Ada Tiada	Ada Ada	Ada Tiada	Ada Tiada

Berdasarkan maklumat dalam Jadual 4, pemilihan material penyimpanan produk terdiri daripada botol kaca (responden 1), beg plastik (responden 2) dan bekas plastik (responden 3 & 4). Murtabak yang dihasilkan oleh responden 2 dimasukkan ke dalam pembungkus plastik dan dilekatkan (seal) dengan mesin khas. Responden 3 pula membungkus keropok lekor dalam bekas plastik yang dilekatkan setiap hujungnya dengan dawai kokot. Menurut responden 3, penggunaan dawai kokot bagi melekatkan bekas penyimpanan produk adalah tidak menepati kehendak peraturan keselamatan makanan. Walau bagaimanapun, beliau masih menggunakan dawai kokot kerana beliau tidak mempunyai mesin khas *seal*. Responden 3 turut memaklumkan bekas plastik yang digunakan terdiri daripada bahan plastik khas yang diakui selamat untuk penyimpanan produk makanan. Selain daripada itu, keropok hanya dimasukkan setelah disejukkan dan tidak semasa berkeadaan panas. Responden 4 menggunakan bekas plastik dengan material plastik bernombor kod 5 yang selamat untuk dipanaskan dalam ketuhar gelombang mikro. Beliau menggunakan pita pelekat bagi melilitkan sekeliling penutup bekas supaya dapat mengekalkan kesegaran dan kerangupan produk.

Berdasarkan Jadual 4 juga, produk yang dihasilkan oleh responden 2 dan 3 didapati tidak mempunyai catatan tarikh luput atau tempoh elok produk. Alasan diberikan oleh kedua-dua responden berkenaan ialah:

“Cepat saja habis tu. Biasa tak sampai seminggu pelanggan dah datang nak beli pula jadi memang cepat digunakan. Seminggu je habis. Tapi kalau kita nak hantar luar ke mana-mana kita akan *print* tarikh luput dan lekat pada pembungkus. Tapi yang produk sedia di makan tu memang dah dicetak tarikh luput...2 tahun tempoh elok guna”.

“Ikut *food technology, standard* makanan kata kalau makanan *frozen* ni boleh tahan sehingga 6 bulan. Tapi biasanya tak sampai lama tu pun dah habis jual. Cepat je”.

Responden 1 ada mencatat tarikh luput pada label, manakala responden melekatkan tag tarikh luput pada kertas berasingan daripada label. Responden 1 dan 2 mempunyai logo halal sah pada pembungkus. Sebaliknya, responden 3 dan 4 tidak mempunyai logo halal kerana masih belum mendapat pengiktirafan sijil halal daripada pihak berwajib kerana belum memenuhi kriteria ditetapkan. Berdasarkan maklumat responden 3 dan 4, terdapat syarat yang perlu dipenuhi sebelum boleh memohon sijil halal dan sebagai pengusaha skala kecil keupayaan mereka memenuhi syarat tersebut adalah sangat terbatas. Ini selari dengan respon responden 4:

“Susah sangat nak dapat sijil halal ni. Kami ni modal kecil. Ambil masa juga nak penuhi semua syarat ditetapkan. Kena buat begitu begini...ada itu ada ini. Semua tu kos. Satu sebab kami pindah ke bangunan ni ialah sebagai satu langkah untuk dapatkan sijil halal lah. Jakim tak bagi kalau beroperasi di rumah. Sebelum ni kami buat di rumah lah. Pelikkan...tengok yang orang bukan Islam buat senang je dapat halal sebab diaorang mampu *fulfill* semua syarat. Ada duit semua jalan. Tapi yang orang Islam punya...macam inilah”

Semua responden didapati ada mencatat senarai ramuan produk pada label masing-masing. Walau bagaimanapun, hanya responden 2 sahaja yang didapati mencatat fakta nutrisi produk pada label iaitu terdiri daripada fakta mengenai kandungan kalori, karbohidrat, protin dan lemak produk.

b) *Jaminan halal*

Pengeluar juga turut memberi perhatian kepada jaminan halal produk. Pensijilan halal telah diperolehi daripada pihak berkuasa secara sukarela oleh dua responden sebagai usaha mendapat kepercayaan penuh pengguna Muslim. Ini sejajar dengan maklumat temubual berikut:.

Responden 1: “Kita ada sijil sah Jakim. 100% Jakim dan jabatan agama negeri akan menyelia. *Production* kita kat Thailand pun ada sijil halal yang *authority* sana punya.”

Responden 2: “Masa mula-mula dulu Sirim tanya kita...ada sijil halal tak. Kita kata tak ada, Sirim suruh kita *apply*. Kita pun *apply* lah daripada jabatan agama negeri. Sebab dulu kita buat di rumah saja. Masa tu Jakim tak bagi pengesahan sebab kita buat di rumah. Jadi kita *apply* jabatan agama negeri punya. Sekarang kita dah *apply* Jakim punya sebab dah ada kilang lagipun sekarang semua bawah Jakim. Tapi negeri juga yang akan memantau atau menyelia”.

Pengesahan halal telah diperolehi daripada dua badan iaitu samada Jabatan Kefahaman Islam Malaysia (JAKIM) atau pihak berkuasa agama negeri. Walau bagaimanapun responden 3 masih belum membuat permohonan pensijilan halal disebabkan kekangan operasi dan logistik seperti temubual beliau:

Responden 3: “Susah. Kena ikut macam-macam syarat dulu. Satu syaratnya tak boleh buat di rumah atau tempat kita tinggal. Jadi syarat itu saja pun saya dah tak lepas, sebab memang kami duduk dan niaga di bangunan ni”.

c) *Prosedur menangani aduan pelanggan*

Responden yang ditemui menyatakan tidak mempunyai garis panduan atau piawai tertentu (*SOP*) bagi menangani aduan atau tuntutan pengguna berkaitan gangguan kesihatan akibat penggunaan produk makanan pengeluar terbabit. Para responden yang ditemui memperlihatkan keyakinan terhadap mutu produk masing-masing disebabkan kes gangguan kesihatan atau kemudaratan pengguna akibat penggunaan produk mereka belum pernah terjadi. Jika ada aduan atau tuntutan pengguna ia akan ditangani secara spontan mengikut kes individu. Ini dibuktikan menerusi petikan temubual berikut:

Responden 1: “Setakat ini *komplen* sakit perut dan sebagainya tiada. Tapi *komplen* macam kenapa kicap pekat cair sangat, pernah lah. Bila jadi gitu saya akan turun sendiri dan pergi tengok di kedai. Kita akan ganti *FOC* item itu untuk pengguna berkenaan”.

Responden 2: “Tak pernah dengar lagi la apa-apa masalah macam sakit perut ke atau apa-apa ke. Sebab kita memang jaga betul kualiti ni. Tak ada kompromi. Kita ada *QC (quality control)* kita sendiri. Jadi yang lepas tu adalah yang baik dan elok sahaja”.

Responden 3: “Tak ada lagi lah apa-apa setakat ini. Tapi kita memang jaga kebersihan semua. Kalau ada bintik-bintik putih pada keropok tu, itu tak ada apa. Boleh makan, itu hanya sagu dia sahaja. Basuh dan boleh makan. Frozen tak apa, dia tak rosak. Makanan frozen ni boleh tahan lama sampai 6 bulan”

Responden 4: “setakat ni tak ada kes keracunan makanan atau sakit perut. Yang ada *komplen* sebelum ni ialah produk masuk angin. Jadi kami tukar balik lah produk yang elok pada pelanggan. Selain daripada itu kami memang jaga dengan melekatkan pita pekat supaya tidak masuk angin lagi”

Berdasarkan maklumat tersebut aspek prosedur khusus dan peruntukan ganti rugi atas ilat dialami pengguna merupakan sesuatu yang tidak pernah difikirkan secara khusus oleh pengeluar makanan skala kecil terlibat.

Perbincangan

Analisa temubual responden menunjukkan bahawa perundangan memainkan peranan penting kepada amalan perlindungan keselamatan dan kesihatan pengguna produk makanan di Malaysia. Penemuan ini memperkukuhkan pendapat Suraiya dan Ahmad Rafli (2011) mengenai amalan dan kesedaran peniaga di Malaysia dalam isu perlindungan pengguna yang masih didominasi oleh doktrin *kaveat emptor*. Sehubungan itu piawai tegas (*strict obligation*) utama yang menjadi sumber panduan bagi amalan dan tindakan peniaga makanan Malaysia dalam isu perlindungan pengguna masih bersumberkan piawai perundangan. Secara khusus, bagi pengeluar/peniaga kecil ini, sumber kawalan *hard law* lebih mendominasi berbanding kawalan secara *soft law*.

Berdasarkan kajian ini didapati wujud lebih keprihatinan peniaga dalam tanggungjawab melindungi pengguna daripada terkena mudarat disebabkan produk mereka. Tiga tema telah dapat dikesan sebagai faktor pendorong kebertanggungjawaban peniaga dalam isu perlindungan pengguna. Pertama, kebertanggungjawaban usahawan nyata didorong oleh usaha kemahuan mereka untuk mengekalkan mutu produk masing-masing. Ini kerana mutu produk dapat mempengaruhi tingkat jualan dan keuntungan perniagaan. Penemuan ini menunjukkan entiti perniagaan tidak dapat dipisahkan daripada matlamat perolehan untung maksimum. Sehubungan itu, pelaksanaan tanggungjawab ekonomi telah mendominasi dorongan kepada tindakan balas entiti perniagaan kecil dalam isu perlindungan pengguna. Di samping itu, penemuan ini juga menunjukkan pelaksanaan tanggungjawab sosial yang paling sesuai bagi entiti perniagaan ialah untuk menghasilkan produk berkualiti tinggi dan selamat bagi pengguna seperti disebut oleh Friedman (2004) dan Suraiya & Ahmad Rafli (2009). Malahan dalam konteks entiti perniagaan kecil, melakukan tanggungjawab sosial yang di luar skop normal perniagaan sukar dilaksanakan kerana sumber kewangan yang terhad dan memerlukan penyaluran kepada aktiviti yang menghasilkan pulangan dan kelangsungan organisasi.

Faktor kedua ialah kemahuan mematuhi garis panduan, tatacara keselamatan serta kebersihan yang digariskan perundangan berkaitan hal ehwal penyediaan makanan khususnya Akta Makanan 1983 (Akta 281). Kewujudan badan penguatkuasa yang memantau pematuhan peraturan ditetapkan sangat memberi dorongan kepada pengeluar untuk mematuhi sebaik mungkin semua peraturan yang akhirnya bertujuan melindungi pengguna. Dorongan pematuhan undang-undang ini juga didapati bertimbal balik dengan motif keuntungan. Ini kerana pelanggaran undang-undang mewujudkan kos tambahan seperti kos saman, tindakan undang-undang dan lain-lain hukuman yang merugikan operasi perniagaan. Penemuan ini menunjukkan pelaksanaan tanggungjawab perundangan turut dipengaruhi oleh kemahuan entiti perniagaan melunaskan tanggungjawab ekonomi yang efektif. Ketiga, motif etika turut dikenalpasti sebagai pendorong peniaga untuk melindungi keselamatan pengguna. Kesedaran etika merupakan tolakan daripada dalaman diri individu yang membawa tindakan mementingkan kebajikan pengguna. Hal ini dapat diperhatikan daripada jawapan tambahan daripada Responden 3. Oleh yang demikian faktor dorongan ketiga ini dikaitkan dengan pelunasan tanggungjawab etika entiti perniagaan.

Secara keseluruhannya, kajian mendapati aktiviti penjagaan keselamatan pengguna secara *due care* dan kos sosial (*social cost*) masih terhad. Ini kerana firma kecil berkenaan masih tidak mempunyai persediaan khusus mengurus risiko berlakunya mudarat kepada pengguna akibat penggunaan produk makanan firma. Ini menunjukkan piawai tegas (*strict obligation*) berasaskan mekanisme dalaman dan tindakan sukarela firma bagi mengambil akauntabiliti di atas ilat atau mudarat yang dialami pengguna masih belum wujud. Pengeluar ditemui menunjukkan tahap keyakinan tinggi bahawa tidak akan mengalami keadaan tersebut berdasarkan pengalaman lalu dan kepercayaan mereka ke atas kualiti produk yang dihasilkan. Walau bagaimanapun, pengalaman lalu tidak cukup untuk menjamin perkara sebaliknya

tidak berlaku di masa hadapan. Berikutan itu, para pengguna terdedah kepada kemungkinan mengalami mudarat dengan tidak diberi pampasan sukarela dan adil oleh pihak firma melainkan melalui proses tuntutan mahkamah. Hal ini memperkukuhkan doktrin *kaveat emptor* yang mana tindakan pengeluar adalah terhad kepada perkara yang termaktub dalam peraturan atau yang mendatangkan kesan kepada jualan serta keuntungan produk.

Perlindungan pengguna berasaskan perundangan memerlukan kepada elemen penguatkuasaan tegas dan menyeluruh. Penguatkuasaan perlu sentiasa di tahap terbaik kerana kelemahan penguatkuasaan membuka ruang manipulasi dan pelanggaran peraturan oleh peniaga yang tidak bertanggungjawab. Justeru persepsi golongan peniaga/pengeluar terhadap keberkesanan dan ketegasan penguatkuasaan boleh mempengaruhi komitmen dan tindakan perlindungan pengguna yang optimum. Ini selari dengan respon lanjut Responden 1 tentang penguatkuasaan yang dianggap *double standard* dalam keadaan tertentu.

Responden 1: "...cuma saya musykil satu perkara dan saya pun dah sebut benda ni pada pihak yang berkenaan. Kalau ikut Akta Pelabelan, semua produk luar yang nak dipasar di sini mesti ada tulisan BM (Bahasa Melayu) dan BI (Bahasa Inggeris). Tapi kita tengok banyak produk Thailand yang tiada pun tulisan BM dan BI. Boleh pula masuk dan dijual. Kita tak tahu apa *ingredient* dia guna dan halal ke tidak...tapi ni kerja penguatkuasa lah. Lagi satu mulai 1/1/2014 kerajaan tetapkan barang yang nak masuk *hypermarket* mesti ada sijil MASTI dan kalau KKM *check* tak ada, maka tak boleh masuk. Tapi kita lihat banyak je yang tiada tapi boleh dijual di pasaran. You cuba tengok kat *hypermarket*. Tu yang kita tak paham tu."

Penguatkuasaan yang kurang menyeluruh dan *double standard* merupakan ancaman jangka panjang kepada langkah menjaga keselamatan dan kebajikan pengguna dalam konteks perlindungan secara *kaveat emptor*. Selain amalan penguatkuasaan *double standard*, pihak berkuasa perlu lebih memahami keadaan peniaga kecil yang berhadapan kekangan tertentu dalam kitaran pertumbuhan perniagaan. Sebagai contoh, usaha mendapatkan pensijilan halal oleh responden 2 daripada Jakim telah gagal di peringkat awal disebabkan beroperasi di rumah. Begitu juga halangan yang dihadapi oleh responden 3. Kitaran hayat perniagaan mengalami evolusi pertumbuhan, kekangan dan keperluan sokongan yang berbeza-beza. Umpamanya di peringkat awal kitaran perniagaan, kekangan dana dan sumber pengeluaran sering menjadi halangan kepada kelancaran pertumbuhan perniagaan. Oleh itu peraturan yang digubal perlu mengambil kira isu teknikal perniagaan supaya tidak membantutkan kemahuan peniaga melakukan apa yang wajar dan betul bagi faedah pengguna akhir. Ini kerana peraturan yang tidak fleksibel dan tidak peka kepada situasi dialami pengeluar, akan mendorong peniaga untuk mencari jalan singkat atau memanipulasi jurang perundangan sehingga menjejaskan kesihatan dan kepentingan pengguna.

Kesimpulan

Amalan perlindungan pengguna di Malaysia kebanyakkan masih didominasi amalan bentuk *kaveat emptor*. Justeru ia memerlukan kepada perundangan yang baik dan penguatkuasaan yang berkesan. Tiga tema utama yang mendorong amalan pengeluar melaksanakan sejumlah amalan perlindungan pengguna iaitu tema "menjamin mutu produk akhir supaya memenuhi kehendak pengguna", "pematuhan peraturan pihak berkuasa" dan "prinsip etika peniaga". Amalan perlindungan meliputi aspek menjamin bahan mentah terbaik dan selamat, mengikut peraturan berkaitan pengilangan yang baik dan selamat, penggunaan mesin automatik, serta pengesahan dan verifikasi badan berkuasa seperti Jakim dan Kementerian Kesihatan. Aplikasi perlindungan secara *kaveat vendor* samada menerusi doktrin *due care* mahupun kos sosial masih belum berlaku dan memerlukan komitmen firma yang lebih tinggi- khususnya untuk menyediakan prosedur menangani kemungkinan berlakunya mudarat kepada pengguna akibat penggunaan produk firma. Oleh itu dalam situasi tersebut para pengguna perlu peka menjaga hak dan

kepentingan mereka dengan mengemukakan aduan atau masalah kepada pihak berkuasa, di samping ketegasan penguatkuasaan peraturan yang telah sedia ada.

Penghargaan

Kajian ini telah dibiayai oleh geran penyelidikan PTS bertajuk *Pembangunan Business Simulation untuk Pengajaran Kursus Keusahawanan dan Pengurusan Strategik* [PTS-2014-060].

Rujukan

- FOMCA (2013) 3K-Kempen Konsumer Kebangsaan Malaysia 2008-2012 [Cited 2/7/2013]. Available from: www.kkk.org.my/melayu/index.php/mengenai-kempen.html.
- Friedman M (2004) The social responsibility of business is to increase its profits. In: Beauchamp, TL, Bowie NE (eds) *Ethical Theory and Business*, pp. 50-55. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River New Jersey.
- Green H (2006) Global obesity: Nestlé initiatives in nutrition, health, wellness. *Nutrition Reviews* **64** (2), s62-s64.
- Perrini F, Castaldo S, Misani N, Tencati A (2010) The impact of corporate social responsibility associations on trust in organic products marketed by mainstream retailers: A study of Italian consumers. *Business Strategy and the Environment* **19**, 512-526.
- Sakina Shaik Ahmad Yusoff, Suzanna Mohamed Isa, Azimon Abdul Aziz dan Ong Tze Chin (2012) Corporate responsibility via Malaysian contract law: A concern for consumer protection. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities* **20**(1), 227-238.
- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli (2009) Penggerak tanggungjawab sosial korporat: Teori Pemaksimuman Untung atau Teori Pemegang Kepentingan. *Manusia dan Masyarakat* **18**, 64-73.
- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli Che Omar (2011) Peniaga dan kesihatan pengguna: Satu penilaian etika. *International Conference on Consumer Law 2011. Social Justice and Consumer Law Proceedings*, pp. 48-56. Bangi, 21 September.
- Suraiya Ishak & Ahmad Rafli Che Omar (2011a) Paradigma Baru dalam Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Syarikat Milik Kerajaan. *Akademika* **81**(3), 75-81.
- Suraiya Ishak (2011b) Peniaga beretika teras kesejahteraan masyarakat. *Dewan Ekonomi* Mei 2011, pp. 21-23.
- Suraiya Ishak (2011c) Peniaga dan kesihatan pengguna: Satu penilaian etika. In: Sakina Shaik Ahmad Yusoff, Azimon Abdul Aziz, Ong Tze Chin & Ro'fah Setyowati (eds) *Proceedings International Conference on Consumer Law 2011: Social Justice and Consumer Law*, pp.48-56. Faculty of Law Universiti Kebangsaan Malaysia.