

KEDUDUKAN PENGGUNA DALAM KOMUNITI PASCA MODENISME: CABARAN BAGI MALAYSIA¹

Ahmad Sobri Jaafar²
Fakulti Ekonomi
Universiti Utara Malaysia
Sintok

ABSTRAK

Malaysia kini dalam proses merealisasikan Wawasan 2020 dan transformasi kepada ekonomi berasaskan pengetahuan. Matlamat akhir kemajuan yang di hasratkan ini di antara lain ialah bagi mencapai kesejahteraan ekonomi sepertimana dinikmati di negara-negara maju. Dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi ini, satu persoalan penting yang perlu diberi perhatian ialah kebajikan pengguna. Secara idealnya mekanisme pasaran melalui persaingan sempurna akan membawa kepada kecekapan pengeluaran dan peruntukan, justeru meningkatkan kesejahteraan pengguna. Namun kenyataannya, pasaran khususnya di negara-negara sedang membangun seperti Malaysia beroperasi jauh dari kesempurnaan. Dalam konteks ini pengguna yang merupakan individu kerdil dalam pasaran selalunya berada dipihak yang rugi bila berhadapan dengan firma dan penjual. Kuasa pasaran, sikap pengguna dan masalah penguatkuasaan undang-undang yang berkaitan terus mengekalkan status quo ini. Tujuan kertas ini ialah untuk membincangkan secara ringkas beberapa isu dan cabaran yang dihadapi Malaysia dalam meletakkan pengguna di kedudukan yang sewajarnya selaras dengan komuniti maju pasca modenisme.

Abstract

Malaysia is in the process of realizing Vision 2020 and transformation into knowledge-based economy. The ultimate goal of the progress that the country wants to achieve among other things is to attain the level of economic well being as that of the developed countries. In elevating the economic well being of the country, a pertinent question to be addressed is the consumers welfare. Ideally, market mechanism through perfect competition will lead to productive efficiency and allocative efficiency, hence enhanced the welfare of the consumers. But, in reality, markets especially in the developing countries like Malaysia, are less than perfect. In this context, a consumer, a weakling in the market place always at a disadvantage when confronting firms and sellers. Market power, the attitudes of the consumers, and enforcement problems of the relevant laws continue to maintain the status quo. The aim of this paper is to discuss briefly several issues and challenges facing Malaysia *in putting the consumers at their rightful place in the post-modernized society.*

¹ Kertas kerja dibentangkan di Seminar Antarabangsa Nilai Dalam Komuniti Pasca Modenisme (CIVIC 2004) 4-6 September 2004, Hotel City Bayview, Langkawi, anjuran Jabatan Pengajian Umum, Fakulti Sains Kognitif & Pendidikan, Universiti Utara Malaysia.

² Dr. Ahmad Sobri Jaafar, ialah Professor Madya di Fakulti Ekonomi, Universiti Utara Malaysia. (Tel.: 04-9283507, e-mel: sobri@uum.edu.my)

1. PENGENALAN

Malaysia kini sedang merencana serta melaksanakan berbagai strategi ke arah merealisasikan wawasan menjadikan Malaysia negara maju menjelang tahun 2020. serta transformasi daripada ekonomi berasaskan pengeluaran (P-ekonomi) kepada ekonomi berasaskan pengetahuan (K-ekonomi). Matlamat akhir kemajuan yang di hasratkan ini di antara lain ialah bagi mencapai kesejahteraan ekonomi sepertimana yang telah dicapai oleh negara-negara maju. Dalam merealisasikan wawasan ini, satu persoalan penting yang perlu diberi perhatian ialah kebajikan pengguna. Kita sering mendengar ungkapan ‘ pengguna adalah raja’ dan “pengguna sentiasa benar”, khususnya dalam kursus-kursus perniagaan dan pemasaran yang mencerminkan peri pentingnya kedudukan pengguna kepada firma. Namun sejauh manakah kebenaran ungkapan-ungkapan ini dalam konteks pengguna-pengguna di Malaysia. Kedaulatan pengguna secara mutlak sememangnya tidak wujud, namun secara relatifnya di negara-negara maju kedudukan pengguna adalah lebih baik dan dilindungi. Justeru kemajuan yang kita inginkan itu sewajarnya bukan sahaja akan meningkatkan kedudukan ekonomi negara secara makro tetapi akan meningkatkan kedudukan pengguna: dengan meningkatkan kuasa belinya, membebaskannya dari manipulasi, penindasan dan penipuan serta memberi lebih ruang baginya untuk membuat pilihan. Dalam merealisasikan Wawasan 2020, sepertimana di negara-negara maju kedudukan pengguna di negara ini sewajarnya lebih baik dan dilindungi. Tujuan kertas ini ialah untuk membincangkan secara ringkas beberapa isu dan cabaran yang dihadapi Malaysia dalam meletakkan pengguna di kedudukan yang sewajarnya selaras dengan komuniti maju pasca modenisme.

2. KEDUDUKAN PENGGUNA DI MALAYSIA

Pengguna ialah orang perseorangan yang terlibat dengan pembelian barangan atau perkhidmatan untuk kegunaan sendiri atau isirumah (Akta Perlindungan Pengguna, 1999). Kedaulatan pengguna ialah penentuan jenis dan kuantiti barang dan perkhidmatan yang akan ditawarkan daripada sumber-sumber yang terhad dalam ekonomi melalui kuasa beli pengguna (McConnell & Brue, 1999). Secara tak tangsung ini bermakna pengguna mempunyai kebebasan memilih, mempunyai maklumat mengenai barang dan perkhidmatan yang bakal dibeli mereka serta memperolehi harga selaras dengan tingkat permintaan mereka di pasaran.

Dalam sistem ekonomi campuran yang diamalkan di Malaysia mekanisme pasaran merupakan nadi dan penggerak utama kegiatan ekonomi. Secara konsepnya melalui tiga ideal pasaran bebas iaitu kedaulatan pengguna, persaingan sempurna dan pemaksimaan keuntungan maka kebajikan sosial dimaksimumkan³. Namun dalam kenyataannya pasaran beroperasi jauh dari kesempurnaan khususnya di negara-negara sedang membangun seperti Malaysia.) “*The ideal of competition is typically just that – an ideal with little relation to reality,*” (Todaro, 1985: 12). Wujud berbagai kegagalan pasaran dan secara relatif kedudukan pengguna jauh dari “berdaulat”, apatah lagi untuk menentukan barangan dan perkhidmatan yang hendak dikeluarkan. Kerap kali pengeluar dan pemasar mengeplotasi persepsi serta sentimen pengguna bagi mewujudkan kehendak terhadap barangan yang dikeluarkan mereka (Scherer, 1970). Pengeluar dan penjual sama ada swasta atau kerajaan mempunyai kuasa yang besar dalam menentukan barangan, perkhidmatan, harga dan kuantiti yang hendak ditawarkan. Idealisma persaingan tinggal sebagai suatu ideal yang sangat kurang perkaitan dengan realiti. Kerap kali tangan tak nampak (*invisible hand*) pasaran bertindak tidak untuk meningkatkan kebajikan majoriti pengguna tetapi mengukuhkan lagi kebajikan pengeluar yang mempunyai kuasa pasaran.

³ Sungguhpun pencapaian kedua kecekapan tersebut menghendaki wujudnya persaingan sempurna dalam pasaran, namun setidak-tidaknya kesudahan yang dicapai akan menghampiri kedua ideal tersebut bilamana wujudnya persaingan yang efektif dan *workable* dalam pasaran (Scherer 1970, Greer 1992).

Menurut Cranston (1984), ada dua faktor penting yang menyumbangkan kepada perkara ini: faktor struktural seperti undang-undang dan polisi kerajaan, dan faktor individu seperti maklumat dan pendapatan. Justeru menurutnya, mekanisme pasaran tidak menawarkan apa-apa perlindungan langsung terhadap pengguna, manakala faktor struktural kadang kala kurang berkesan untuk melindungi pengguna. Ini ketara berasaskan isu-isu seperti yang berikut yang sering terpampang di dada akhbar dan media massa negara: masalah kekurangan bekalan dan kenaikan harga barangan di musim perayaan, ubat dan produk palsu dalam pasaran, masalah lambakan (*dumping*) keluaran luar negara yang mungkin tidak selamat atau bermutu rendah dan tidak digunakan lagi di negara maju⁴, penipuan sukat dan timbang, maklumat palsu, iklan yang mengelirukan, penipuan, sorok, tindakan penjual menaikkan harga barang tertentu serta merta selepas pengumuman Belanjawan tetapi sebaliknya bila hendak menurunkan harga⁵.

Dilihat dari aspek kepenggunaan, pengguna mempunyai lapan hak yang sepatutnya diperolehi iaitu: hak untuk mendapat keselamatan, hak untuk mendapat maklumat, hak untuk membuat pilihan, hak untuk menyuarakan pendapat, hak untuk mendapat keperluan asas, hak untuk gantirugi, hak untuk mendapat pendidikan pengguna dan hak untuk mendapat alam sekitar yang sihat dan selamat (Aaker dan Day 1982). Namun daripada kenyataan di atas, realiti semasa menunjukkan bahawa kedaulatan dan kebajikan pengguna di Malaysia masih jauh daripada yang apa yang dihasratkan, jika dibandingkan dengan di negara-negara maju. Di antara faktor utama yang menyebabkan perkara ini ialah kegagalan pasaran, penguatkuasaan undang-undang dan sikap pengguna sendiri.

3. KEGAGALAN PASARAN

Ahli-ahli ekonomi telah mengenalpasti lima bentuk kegagalan pasaran iaitu monopoli semulajadi, kuasa monopoli/kuasa pasaran, barang awam, eksternaliti dan asimetri maklumat. Dalam konteks kegagalan pasaran di Malaysia, bagi tujuan kertas ini kita akan membincangkan satu kegagalan pasaran sahaja iaitu firma dengan kuasa pasaran.

3.1 Kuasa Pasaran

Pasaran berbeza dari segi struktur dalam banyak aspek dan gelagat firma bergantung kepada struktur pasaran. Struktur pasaran merujuk kepada bilangan dan saiz taburan firma serta halangan kemasukan untuk memasuki sesuatu industri. Jika terdapat sebilangan besar firma yang mempunyai keupayaan yang sama, seperti dalam kes pasaran kompetitif tidak ada sebuah firma yang boleh menentu dan menaikkan harga melebihi paras persaingan. Sebaliknya, jika industri itu dikuasai oleh firma tunggal (monopoli) atau sebilangan kecil firma besar (oligopoli), maka firma mempunyai kuasa untuk mengekalkan harga melebihi paras persaingan. Pasaran yang tidak memenuhi syarat-syarat bagi persaingan sempurna dari satu aspek atau yang lain tergolong dalam pasaran tidak sempurna atau pasaran dengan kuasa. Diantara ciri utama pasaran tidak sempurna ialah kuasa pasaran, pembezaan keluaran serta maklumat tak sempurna.

Biasanya salah satu petunjuk utama yang digunakan untuk menentukan struktur pasaran ialah nisbah penumpuan (*concentration ratio*). Ceteris paribus, semakin bertumpu sesuatu pasaran semakin ia

⁴ *They also suffer from additional victimization when companies and states in developed countries act with double standard, setting tough rules for the home market but not for export. In this way produce of uncertain standard is kept out, while hazardous product, such as pesticides, banned at home continue to be exported abroad* (Gabriel & Lang, 1995:132).

⁵ Misalnya dalam Belanjawan 1993 kerajaan telah menghapus dan menurunkan duti untuk 600 barangan. Bagaimanapun tinjauan oleh akhbar dan perasatuan pengguna mendapati penjual masih enggan menurunkan harga barang berkenaan dan mengambil masa yang lama untuk berbuat demikian.

menggalakkan gelagat monopolistik dan kesan-kesanya. Sungguh pun tidak banyak kajian yang dijalankan mengenai struktur pasaran dan persaingan di Malaysia, hasil kajian yang ada menunjukkan kurangnya persaingan dalam pasaran dan amalan monopolistik firma-firma domestik.

Misalnya, kajian oleh Bank Negara Malaysia (1993) mengenai tahap penumpuan 121 industri pembuatan terpilih di Malaysia antara tahun 1979-1990, dengan menggunakan nisbah penumpuan empat buah firma (*four firm concentration ratio* atau CR4) mendapati sektor perkilangan Malaysia adalah sangat bertumpu dan tahap tahap penumpuan telah meningkat antara tahun 1979-1990. Berasaskan piawaian antarabangsa, sesuatu industri dianggap oligopolistik jika CR4nya sekurang-kurangnya 40%, dan kompetitif jika CR4nya kurang daripada 20%. Berasaskan ini, dapatan kajian tersebut menunjukkan pada keseluruhannya, industri di Malaysia bersifat oligopolistik dan tidak kompetitif kerana cuma 5 daripada 121 industri dalam tahun 1979, dan 6 daripada 128 industri dalam tahun 1990, CR4nya kurang daripada 20%. Manakala kira-kira 30% daripada industri itu adalah dikawal oleh empat buah firma (atau kurang) yang membekalkan sekurang-kurangnya 70% daripada keluaran industri⁶.

Di antara industri yang dikuasai oleh kurang daripada empat buah firma ialah tekstil, produk logam dan mesin, pengkomputeran pejabat dan mesin perakaunan, kapal terbang dan alat musik. Industri dengan darjah penumpuan yang tinggi (CR4 50%-70%) ialah seperti tembakau, penapisan minyak, kaca dan keluaran kaca, pengeluaran mesin dan turbin, peti sejuk dan penghawa dingin, barangan elektrik, bateri, barangan pengangkutan, barangan photographik dan optikal, jam, pengeluaran dan pemasangan kenderaan termasuk kereta dan motosikal, barangan isirumah seperti berus, mop, pen, pensil dan barang mainan.

Berbeza dengan sektor pembuatan kajian ke atas sektor perkhidmatan menunjukkan bahawa ianya adalah lebih kompetitif (Bank Negara Malaysia 1995). CR4nya adalah dibawah 20% bagi 8 daripada 20 sub-sektor pada tahun 1975 dan 13 daripada 26 sub-sektor pada tahun 1992. Walaubagaimanapun 6 sub-sektor mempunyai CR4 melebihi 40% iaitu bank saudagar, bank perdagangan, syarikat kewangan, perkapakan dan hartanah.

Satu implikasi langsung akibat struktur pasaran yang tidak kompetitif ini terhadap pengguna, selain kesan-kesan monopolistik yang lain ialah dari segi gelagat harga. Ahli-ahli ekonomi mengatakan bahawa terdapat perbezaan yang jelas di antara gelagat harga dalam sektor kompetitif dimana harga sering berubah selaras perubahan dalam permintaan dan penawaran, dan sektor oligopoli di mana firma mempunyai kuasa untuk menaikkan harga melebihi paras kompetitif melalui pakatan dan lain-lain. Dalam pasaran yang kurang persaingan tersebut, gelagat harga cenderung sama ada tidak fleksibel (iaitu pergerakan harga yang sedikit) atau kaku (iaitu tidak jatuh walaupun permintaan telah merosot). Dalam satu kajian lain oleh Bank Negara Malaysia (1994) mengenai struktur pasaran dan harga khususnya berkaitan harga tertadbir dalam sektor perkilangan, ia melaporkan bahawa harga pada umumnya cenderung meningkat lebih daripada merosot dan boleh dianggap sebagai kaku ke bawah. Menurut Bank Negara Malaysia (1994), "*Harga adalah tidak fleksibel. Ia tidak berubah tetapi pada keseluruhannya ia boleh dikatakan kaku ke bawah iaitu arah aliran pada amnya bergerak ke atas dan bukannya ke bawah.*"

Sehubungan dengan kuasa pasaran ini juga, selain daripada struktur pasaran biasanya penjual dan pengeluar bersatu di bawah persatuan dan pertubuhan tertentu. Ini menyenangkan serta menggalakkan amalan-amalan pakatan (*collusive*) dan monopolistik. Pengguna dipihak yang lain umumnya berseorangan, jahil atau kurang yakin akan hak mereka di bawah peraturan dan undang-undang tertentu atau penguatkuasaannya.

⁶ Sila rujuk Lampiran I untuk keterangan lanjut

4. PENGUATKUASAAN UNDANG-UNDANG

Bilamana wujud kegagalan pasaran campurtangan kerajaan dalam aspek-aspek tertentu diperlukan bagi membantu agar pasaran berfungsi dengan lebih berkesan. Di negara-negara maju terdapat undang-undang dan peraturan bagi menggalakkan persaingan dalam pasaran disamping kawalan tertentu ke atas monopoli. Di Amerika Syarikat misalnya terdapat Undang-undang *Antitrust* yang bertujuan menggalakan persaingan dalam pasaran serta pelaksanaan *Regulation* terhadap monopoli semulajadi. Di Jepun dan beberapa negara Eropah Barat juga terdapat undang-undang yang menggalakkan persaingan.

Di Malaysia, buat masa ini perlindungan pengguna terangkum dalam pelbagai akta yang terletak dalam bidang kuasa pelbagai kementerian atau agensi. Walau bagaimanapun hal ehwal pengguna merupakan tanggungjawab langsung Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDN & HEP). KPDN & HEP dipertanggungjawabkan untuk mengawal dan memastikan harga barangan, jenis, mutu, penerangan dan kegiatan perdagangan termasuk kaedah-kaedah berkaitan. Pihak Kementerian juga melaksanakan pelbagai program untuk melindungi dan memajukan pengguna termasuk seminar, program kesedaran pengguna, penerbitan serta bantuan kewangan kepada agensi-agensi kepenggunaan.

Tugas penguatkuasaan undang-undang berkaitan dengan aktiviti perdagangan untuk melindungi pengguna terletak di bawah Bahagian Penguatkuasa KDN & HEP yang menguatkuasakan akta-akta berikut:

1. Akta Kawalan Harga 1946
2. Akta Kawalan Bekalan 1961
3. Akta Perihal Dagangan 1972
4. Akta Sewa Beli 1967
5. Akta Timbang dan Sukat 1972
6. Akta Hakcipta 1987
7. Akta Jualan Langsung 1993
8. Akta Filem (penapisan) 1952
9. Akta Perlindungan Pengguna 1999
10. Akta Cakera Optik 2000

Selain daripada Bahagian Penguatkuasa KPDN & HEP yang memainkan peranan penting di dalam mengawal amalan perniagaan di Malaysia, terdapat juga beberapa kementerian dan jabatan kerajaan lain yang mempunyai peruntukan untuk mengawal amalan perniagaan dalam bidang-bidang tertentu. Di antaranya kementerian-kementerian tersebut dan akta-akta yang menjadi tanggung jawab penguatkuasaan kementerian berkenaan ialah Kementerian Kesihatan : menguatkuasakan Ordinan Jualan Makanan dan Dadah 1952, Akta Pembasmian malaria 1974, Ordinan Dadah Berbahaya 1952, Ordinan Racun 1952 dan Ordinan Ubat-ubatan (iklan dan jualan 1956); Kementerian Sains, Teknologi dan Alam Sekitar: menguatkuasakan Akta Institut Piawai dan Penyelidikan Malaysia (perbadanan) 1975, Akta Kualiti Alam Sekitar 1974; Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan: menguatkuasakan Akta Pemaju Perumahan (Kawalan dan melesen 1966, disemak 1973), Akta Kawalan Sewa 1966, Akta Pajak Gadai 1972; Kementerian Pengangkutan: Ordinan lalu Lintas 1958 dan Kementerian Kewangan: Akta Insuran 1963, Akta Syarikat-syarikat Meminjam 1969.

Melihat kepada undang-undang yang digubal untuk melindungi pengguna melalui pengawalan ke atas amalan perniagaan, boleh dikatakan negara kita mempunyai undang-undang yang agak banyak. Namun, jika diperhatikan dengan teliti, masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Memandangkan undang-undang yang mengawal amalan perniagaan diletakkan di bawah agensi kerajaan yang

mengkhusus kepada sektor tertentu, maka penguatkuasaannya juga terletak di bawah agensi berkenaan. Keadaan ini menimbulkan kesulitan atau kesukaran kepada pengguna untuk membuat aduan kerana tidak pasti bidang kuasa sesuatu kementerian atau jabatan itu. Ini melambatkan proses yang perlu dilalui dan memakan masa yang lama sebelum aduan disiasat. Seharusnya, perlu diwujudkan sebuah badan penyelarar tertentu yang menyelaras segala aduan mengenai penyelewengan di dalam amalan perniagaan. Memandangkan sebilangan rakyat Malaysia mungkin masih jahil tentang undang-undang dan mengambil sikap tidak apa, keberkesanan undang-undang ini amat bergantung kepada betapa aktifnya agensi-agensi kerajaan yang berkenaan menguatkuasakannya. Sekiranya agensi-agensi kerajaan tersebut tidak aktif, amalan perniagaan yang tidak beretika akan berterusan dilakukan. Menurut International Bar Association's Global Competition Forum (GCF):

“Since Malaysia does not have a specific Act on Competition, there is no administrative authority which solely determine appropriate business ethics and trade practices. However currently there are about 30 laws which regulate certain activities of enterprises and which protects consumer interests. Under these laws a consumer or trader may seek redress through the appropriate Ministry, public agency or via Civil Courts. These laws include the Companies Act 1965, the Control of Supplies Act 1961, the Trade Description Act 1972, the Food Act 1983, the Hire Purchase Act 1967, the Weights and measures Act 1972, the Direct Sales Act 1993, etc.”⁷

Aktiviti penguatkuasaan oleh KPND dan HEP tidak dinafikan membantu membentaras kenaikan harga dan amalan curang oleh peniaga khususnya semasa musim perayaan. Dari segi kesan menyeluruh terhadap ekonomi misalnya dari segi kecekapan pengeluaran, peruntukan dan persaingan, peranan penguatkuasaan undang-undang oleh KPND dan HEP agak terbatas. Penguatkuasaan undang-undang oleh KPND dan HEP banyak tertumpu kepada peniaga kecil dan runcit⁸. Namun pihak yang mempunyai kuasa pasaran yang lebih besar dan seterusnya memberi implikasi yang lebih besar kepada ekonomi dan pengguna ialah pengeluar dan firma besar.

Bagi membolehkan sektor perdagangan dalam negeri dijalankan secara teratur adalah penting rangka kerja perundangan sedia ada dikaji semula secara berterusan dan perundangan baru dugubal untuk memberi perlindungan yang lebih luas dan berkesan kepada pengguna. Disamping itu penguatkuasaannya juga perlu diperkemas. Buat masa ini di Malaysia masih tidak ada undang-undang ke atas firma yang cuba memonopoli pasaran melalui berbagai amalan seperti penetapan harga secara pakatan, penentuan harga pindahan, tawaran tender secara pakatan, pembahagian pasaran ataupun kuota, keengganan membekal, kartel dan pakatan. Undang-undang sedemikian bagi mencegah amalan sekatan perniagaan sewajarnya diwujudkan dan dikuatkuasakan bagi menggalakkan persaingan yang sihat dan adil dalam pasaran.

Menurut, APEC Competition Policy & Law Database:

“In Malaysia, competition areas of particular concern are with regard to Restrictive Business Practices such as collusive tendering, market allocation or quota refusal to supply, cartel price fixing, predatory pricing, etc., which are strongly suspected, but with the existing law cannot completely prohibit or control. Other areas of particular concern are with regard to issues of market power arising from corporate mergers, takeovers and restructuring activities of enterprises.”⁹

⁷ <http://www.globalcompetitionforum.org/asia.htm>

⁸ Sila rujuk Lampiran II bagi kes-kes penguatkuasaan

⁹ APEC Competition Policy & Law Database, “Issues Related to Competition Law:: <http://www.apeccp.org.tw>

5. SIKAP PENGGUNA

Pengguna sendiri memainkan peranan penting dalam memastikan mereka memperoleh produk dan perkhidmatan menurut spesifikasi dan kualiti yang sepatutnya. Pengguna patut tahu akan hak mereka dan melaksanakan peranan mereka sebagai pengguna menurut peruntukan undang-undang yang sedia ada. Mereka perlu lebih proaktif, tidak pasif dan mengaharapkan orang lain sahaja yang cuba membela nasib mereka. Di negara-negara maju, kedudukan pengguna dipelihara melalui kombinasi pelaksanaan undang-undang, persaingan antara firma dalam pasaran dan sikap pengguna terhadap hak mereka (Gabriel & Lang 1995). Menurut Cranston (1984), keberkesanan undang-undang amat bergantung kepada pengetahuan pengguna mengenainya dan keupayaan mereka menggunakan peruntukan tersebut untuk membuat laporan atau mengambil tindakan yang sewajarnya. “ *The function of the law is to lay out the framework of rules and obligations, sanctions and rights. This it may do admirably, but unless consumers know their rights, are prepared to fight for them, and have suitable institutional backing, the law by itself can achieve little.*” (Cranston, 1984:8). Justeru pengguna Malaysia perlu lebih perihatin akan hak mereka dan menggunakannya secara berkesan. Keprihatinan kepenggunaan tersebut bukan sekadar nilai untuk wang tetapi nilai untuk manusia, alam sekitar dan pertiwi (Adnan, 2000).

6. KESIMPULAN

Dalam usaha kearah menjadikan Malaysia negara maju menjelang tahun 2020 sewajarnya kebajikan dan kesejahteraan pengguna di negara ini turut dipertingkatkan sejajar dengan tahap kemajuan tersebut. Dalam konteks ini, langkah-langkah yang sesuai dan berkesan perlu dilaksanakan bagi memperbaiki berbagai kegagalan pasaran yang wujud kini. Sungguh pun terdapat usaha-usaha daripada pihak kerajaan untuk mengawal amalan perniagaan di Malaysia melalui akta-akta yang telah sedia ada, penguatkuasaannya perlulah lebih berkesan. Undang-undang yang mengawal amalan pemiagaan di Malaysia masih kekurangan dari segi menyekat amalan firma yang cuba memonopoli pasaran. Selain daripada itu pengguna juga seharusnya mengetahui akan hak-hak mereka sebagai pengguna dan untuk ini langkah kearah memperkembangkan pendidikan kepenggunaan perlu dipertingkatkan.

RUJUKAN

Aaker, D. A. & Day, G. S. (1982), *Consumerism: Search for the Consumer Interest*, The Free Press: New York

Adnan, Hamdan (2000), *Memahami Kepenggunaan*, FOMCA.

APEC Competition Policy & Law Database, “Issues Related to Competition Law”: <http://www.apeccp.org.tw>

Bank Negara Malaysia (1992), *Annual Report*

_____ (1994), *Annual Report*

_____ (1995), *Annual Report*

Becker, H. (1979), “Advertising Image and Impact,” *Journal of Contemporary Business*, Vol. 7, no. 4

Brue, M. (1999), *Economics*, McGraw Hill: Boston

Cranston, R. (1984), *Consumers & the Law*, 2nd Edition, London: Weidenfeld & Nicolson.

Gabriel, Y. & Lang, T. (1995), *The Unmanageble Consumer: Contemporary Consumption & Its Fragmentation*. London: Sage Publication.

Global Competition Forum: <http://www.globalcompetitionforum.org>

Greer, D. F. 1992, *Industrial Organization and Public Policy*. Maxwell Macmillan International Editions: New York.

Kaserman, D. L. dan Mayo, J. W. 1995, *Government and Business*. The Dryden Press: Fort Worth.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Malaysia.
<http://kpdnhq.gov.my/perangkaan.html>.

_____ , *Laporan Tahunan 1998*

_____ , *Laporan Tahunan 2001*

Laporan Audit Negara Mengenai Penyata Akaun Serta Aktiviti Kementerian, Jabatan dan Agensi Kerajaan Persekutuan 1998 <http://auditwts.audit.gov.my/laporan/persekutuan>

Martin, S. (1993), *Advanced Industrial Economics*, Blackwell: Cambridge, Mass.

Pindyck, R. S. and Rubinfeld, D. L. (1995), *Microeconomics*, Prentice Hall: Englewood Cliffs, New Jersey

Sherer, F.M. (1970), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Rand McNally: Chicago

Todaro, M. P. (1985), *Economic Development in The Third World*, Third Edition, Longman: New York

LAMPIRAN I

JADUAL 1: TABURAN INDUSTRI MENGIKUT TAHAP PENUMPUAN

Peratus Output Kasar Yg Ditawarkan oleh 4 firma Terbesar	Bilangan Industri dengan 4 firma Terbesar dalam jangka masa tertentu		
	1979	1985	1990
70% to 100%	36	45	38
60% to < 70%	18	11	14
50% to < 60%	13	13	16
40% to < 50%	15	21	27
30% to < 40%	14	18	11
20% to < 30%	9	7	9
10% to < 20%	4	5	5
<10%	1	1	1
Jumlah Kecil	110	121	121
Bilangan Industri yang kurang dari 4 firma	11	7	7
Jumlah	121	128	128

Sumber: Table H1, p 233, Bank Negara Malaysia Annual Report 1992

JADUAL2: TABURAN INDUSTRI PERKHIDMATAN MENGIKUT TAHAP PENUMPUAN

Peratus Output Kasar Yg Ditawarkan oleh n Firma Terbesar	Bilangan Industri Perkhidmatan Dengan 4 Firma Terbesar dalam jangka masa tertentu		
	1975	1985	1992
70% to 100%	2	-	-
60% to < 70%	-	-	2
50% to < 60%	1	1	1
40% to < 50%	-	1	3
30% to < 40%	2	3	1
20% to < 30%	7	5	6
10 to < 20%	5	8	10
< 10%	3	4	3
Total	20	22	26

Sumber: Table II, Box I, p 241, Bank Negara Malaysia Annual Report 1995

JADUAL 3: JUMLAH PEMERIKSAAN PREMIS PERNIAGAAN 2001

Jenis Perniagaan	Jumlah pemeriksaan Dijalankan
Pengilang	1454
Pengimport	1960
Borong	19850
Pengguna Industri	2439
Runcit	153114
Pakaian	32157
Pasar Raya	7521
Pasar Malam	160215
Pasar	493314
Perabot	10318
Elektrik	9416
Kereta Terpakai	2918
Kedai Makan	26381
Lain-lain	115054
Jumlah	1036111

Sumber: Jadual 1, Ms 72 Laporan Tahunan 2001 KPDN&HEP

JADUAL 4. KES YANG DIAMBIL MENGIKUT AKTA-AKTA 2001

Akta	Bilangan Kes
Akta kawalan Harga 1946	5259
Akta Kawalan Bekalan 1961	528
Akta Sewa Beli 1967	22
Akta Perihal perdagangan 1972	2239
Akta Timbang Sukat 1972	1506
Akta Hakcipta 1987	389
Akta Jualan langsung 1993	43
Akta kawalan Padi dan Beras 1994	1093
Akta Filem 1952	429
Akta Cakere Optik 2000	4
Akta Perlindungan pengguna 1999	89
Jumlah	11601

Sumber: Jadual 3, ms 74 laporan Tahunan 2001 KPDN&HEP

JADUAL 4: NILAI KUTIPAN DENDA 2001

Akta	Bilangan Kes	Jumlah Denda
Akta kawalan Harga 1946	1839	394,643.00
Akta Kawalan Bekalan 1961	412	233,390.00
Akta Sewa Beli 1967	14	7,950.00
Akta Perihal perdagangan 1972	914	479,090.00
Akta Timbang Sukat 1972	942	106,030.00
Akta Hakcipta 1987	18	94,500.00
Akta Jualan langsung 1993	22	48,100.00
Akta kawalan Padi dan Beras	74	95,050.00

1994		
Akta Filem 1952	104	146,600.00
Akta Perlindungan pengguna 1999	3	16,600.00
Jumlah	4342	1,684,463.00

Sumber: Jadual 2, ms 73 laporan Tahunan 2001 KPDN&HEP