

PENILAIAN TAHAP PENERIMAAN DAN PERSEPSI PROGRAM KAD DISKAUN 1 MALAYSIA (1MDC)

Mohamad Fazli Sabri¹
Ahmad Hariza Hashim²
Ismi Arif Ismail³
Nuraini Abdullah⁴

^{1,2,4}Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna,
Fakulti Ekologi Manusia, UPM

³Jabatan Pendidikan dan Pemajuan Profesional,
Fakulti Pengajian Pendidikan, UPM

Pengenalan

NBOS merujuk kepada *National Blue Ocean Strategy* atau Strategi Lautan Biru Kebangsaan iaitu ia membekalkan satu cara yang kreatif dan sistematis dalam mewujudkan nilai tinggi dengan kos yang rendah (Kim & Mauborgne, 2005). Pendekatan baharu ini telah diambil oleh Perdana Menteri Malaysia, YAB Dato' Seri Mohd Najib Tun Hj Abdul Razak untuk diadaptasi dan dilaksanakan oleh kerajaan. Beliau yakin penerapan Strategi Lautan Biru dalam enam Bidang Keberhasilan Utama Negara (NKRA) mampu mengurangkan kos dan menghasilkan objektif pada tahap maksimum untuk manfaat rakyat dan negara.

Melalui NBOS, lebih 80 kementerian dan agensi berkolaborasi dalam merangka dan melaksanakan inisiatif yang kreatif dan lebih bersifat transformasi kepada negara. Sebagai contoh, prasarana luar bandar dibina dengan lebih pantas, sukarelawan belia digerakkan untuk usaha-usaha pembangunan bangsa dan negara, masyarakat bandar serta luar bandar mendapat manfaat daripada akses yang lebih luas kepada peluang ekonomi, sosial dan pendidikan. Kini, NBOS merupakan titik fokus kepada usaha-usaha transformasi kerajaan dan berfungsi sebagai tunjang integrasi dan sintesis program-program lain, seperti Rancangan Malaysia Ke-11 (RMK-11), Program Transformasi Ekonomi (ETP), dan Program Transformasi Kerajaan (GTP). Kejayaan NBOS membantu merangsang pertumbuhan yang pesat dan mampan di Malaysia serta mewujudkan masyarakat berpendapatan tinggi dan harmoni.

Kerajaan Malaysia sentiasa peka dengan situasi semasa rakyat dan telah memperkenalkan pelbagai inisiatif bagi mengurangkan perbelanjaan dan

kesan daripada peningkatan kos sara hidup dengan memperkenalkan kad-kad diskaun melalui pemberian diskaun oleh syarikat-syarikat yang prihatin melalui program Tanggungjawab Sosial Korporat (CSR) mereka. Program ini dikenali sebagai Integrasi Rakan Dagang. Program Integrasi Rakan Dagang Kad Diskaun ini ialah inisiatif bersama-sama antara agensi-agensi kerajaan yang mengeluarkan kad-kad berkaitan kepada kumpulan sasaran tertentu. Inisiatif ini bermula apabila Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) memperkenalkan program sukarelawan Skwad Pengguna pada bulan Mac 2012. Setiap ahli Skwad Pengguna akan diberikan kad keahlian yang juga merupakan kad diskaun yang diberikan oleh Rakan Dagang yang menyertai program ini.

Kemudian, pada bulan Julai 2012, KPDNKK turut memperkenalkan Kad Diskaun Siswa 1Malaysia atau lebih dikenali sebagai KADS1M untuk para pelajar Institusi Pengajian Tinggi (IPT) di Malaysia dengan tujuan untuk mengurangkan kos sara hidup pelajar. Selepas itu pada 7 Ogos, Kementerian Kewangan pula telah melancarkan *1Malaysia Privilege Card* (1MPC) iaitu kad diskaun yang diberikan kepada anggota polis dan tentera bagi mengurangkan beban kos sara hidup yang melayakkan mereka untuk menikmati diskaun bagi perkhidmatan dan barangan tertentu. Antara inisiatif pelaksanaan Strategi Lautan Biru oleh kerajaan adalah dengan menjalinkan kerjasama secara perkongsian pintar bersama-sama Rakan Dagang dengan mewujudkan kad-kad diskaun. Perkongsian pintar ini dijangka dapat memberi manfaat kepada lebih ramai pengguna dengan *zero cost* kepada pihak Kerajaan.

Sehingga kini terdapat enam kad yang terlibat di bawah inisiatif NBOS iaitu Integrasi Rakan Dagang Kad Diskaun iaitu Kad Skwad Pengguna, Kad Diskaun Siswa 1Malaysia (KADS1M), *1Malaysia Privilege Card* (1MPC), Kad Orang Kurang Upaya, Kad Bekas Tentera, dan Kad Pesara Kerajaan.

Rakan Dagang merupakan syarikat-syarikat swasta yang telah bersetuju untuk menyertai program ini dengan memberikan potongan harga dan diskaun ke atas barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan kepada pemegang-pemegang kad diskaun serta kad pengenalan diri bagi golongan istimewa seperti Orang Kurang Upaya dan pesara. Sehingga kini, sebanyak 2,170 syarikat telah bersetuju untuk menjadi Rakan Dagang kepada program Integrasi Rakan Dagang Kad Diskaun ini. Kadar diskaun yang telah dipersetujui pula adalah antara 5 hingga 60 peratus mengikut terma dan syarat yang diberikan oleh Rakan Dagang yang menyertai inisiatif ini.

Penyertaan Rakan Dagang ini telah dikategorikan kepada 13 segmen seperti buku/alat tulis, pakaian/kelengkapan sukan, klinik kesihatan, optometri/cermin mata, penginapan/pengangkutan, makanan/minuman, pusat

rawatan/kecantikan, produk IT, automotif, peruncitan, sukan dan rekreasi, pembelajaran /percetakan, cendera mata dan lain-lain. Antara Rakan Dagang yang telah menyertai program ini ialah syarikat penerbangan FireFly, kedai buku THE BORDERS, pusat rekreasi Lost World of Tambun, rangkaian klinik kesihatan Qualitas, Persatuan Kedai Gunting Rambut dan *Malaysia Budget Hotel Association* (MBHA).

Pernyataan Masalah

Laporan Jabatan Perangkaan Malaysia (2015) menunjukkan bahawa Indeks Harga Pengguna (IHP) telah mengalami peningkatan yang drastik pada tahun 2015 dengan nilai 110.6 pada bulan Januari kepada 113.6 pada bulan September. Hal ini secara tidak langsung menggambarkan bahawa telah berlaku peningkatan kos sara hidup dalam kalangan rakyat Malaysia. Secara umumnya, statistik perbelanjaan penggunaan isi rumah Malaysia secara puratanya mengalami peningkatan sebanyak 9.8 peratus iaitu RM 2,190 (2009) kepada RM3,578 (2014). Hal ini selari dengan peningkatan perbelanjaan penggunaan isi rumah bulanan purata di bandar sebanyak 9.3 peratus setahun daripada RM2,465 kepada RM3,921, manakala di luar bandar pula meningkat pada kadar 8.4 peratus setahun daripada RM1,599 kepada RM2,431 bagi tempoh 2009 hingga 2014 (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2015).

Apabila dilihat dari aspek perbelanjaan, terdapat 13 komponen perbelanjaan isi rumah yang menjadi pengukuran keseluruhan perbelanjaan. Antaranya ialah makanan dan minuman, pakaian dan kasut, perumahan, air, elektrik, gas dan bahan api, hiasan, perkakasan dan penyelenggaraan isi rumah, kesihatan, pengangkutan, komunikasi, pendidikan, hiburan, restoran dan hotel dan pelbagai barang dan perkhidmatan. Didapati bahawa komponen perumahan, air, elektrik, gas dan bahan api merupakan penyumbang tertinggi keseluruhan perbelanjaan penggunaan isi rumah pada 2009 hingga 2014 yang menunjukkan peningkatan sebanyak 1.3 peratus (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2015).

Di samping perbelanjaan bagi keperluan asas yang semakin meningkat, masyarakat turut membelanjakan sejumlah pendapatan untuk tujuan pembayaran hutang seperti ansuran pinjaman perumahan, pengangkutan, pendidikan dan pinjaman peribadi. Hal ini sekali gus menyebabkan rakyat tidak mempunyai lebih wang untuk dibelanjakan, terutamanya bagi tujuan simpanan masa hadapan (Sastu, 2014). Menurut Bourne (2014), golongan kumpulan berpendapatan sederhana, terutamanya yang memiliki keluarga yang besar lebih merasai kesan dalam perbelanjaan akibat kenaikan kos sara hidup terutama yang tinggal di bandar. Menurut Ragayah (2002; 2004)

mendapati bahawa warga bandar lebih terpengaruh dengan peningkatan beban harga komoditi berbanding dengan mereka dari kawasan luar bandar.

Menurut Shulman (1999), ketidakmampuan masyarakat dalam menyediakan keperluan asas adalah berpunca daripada ketidakupayaan personel pembangunan melaksanakan peranan dengan berkesan dalam membantu masyarakat meningkatkan pendapatan. Dalam erti kata lain, personel pembangunan ialah komponen yang bertanggungjawab melakukan perancangan dan melaksanakan rancangan tersebut sehingga masyarakat mendapat keuntungan daripada rancangan tersebut. Atas dasar keprihatinan personel pembangunan ini kerajaan telah memperkenalkan enam bidang keberhasilan Utama Nasional (NKRA) untuk menangani kos sara hidup iaitu mengurangkan kadar jenayah, memerangi rasuah, meluaskan akses kepada pendidikan berkualiti dan berkemampuan, meningkatkan taraf hidup rakyat berpendapatan rendah, memperkasa prasarana luar bandar dan pedalaman dan menambah baik pengangkutan awam dalam jangka masa sederhana. Beberapa inisiatif telah diambil bagi merealisasikan objektif, antaranya penggunaan kad-kad diskaun bagi mengurangkan bebanan masyarakat terutama golongan sasaran.

Namun begitu, terdapat beberapa keluhan daripada pihak pengguna apabila kad diskaun yang dilaksanakan didapati kurang berkesan dan ramai pemegang kad yang tidak begitu berpuas hati dengan pelaksanaan kad diskaun ini. Penilaian 1MDC penting dilaksanakan kerana semenjak kad diskaun ini diperkenalkan belum ada satu penilaian menyeluruh mengenai keberkesanan kad tersebut dalam membantu pengguna berhadapan dengan peningkatan kos sara hidup. Dapatan penilaian ini amat penting kepada pihak pemegang taruh.

Objektif

Secara umumnya, penilaian ini bertujuan untuk mengenal pasti sumber maklumat, tujuan penggunaan Kad Diskaun 1 Malaysia (1MDC), tahap penerimaan program Kad Diskaun 1Malaysia (1MDC), dan persepsi terhadap program Kad Diskaun 1Malaysia (1MDC).

Metodologi

Populasi dan sampel penilaian

Populasi dalam penilaian ini ialah semua pemegang kad diskaun yang terdiri daripada Kad Skuad Pengguna, Kad Diskaun Siswa 1 Malaysia (KDS1M), *1 Malaysia Privilege Card* (1MPC), Kad Bekas Tentera, Kad Orang Kurang

Upaya, dan Kad Pesara Kerajaan Malaysia. Menurut sumber daripada pihak KPDNKK sehingga April 2014, seramai 3.5 juta pemegang kad telah menerima manfaat daripada Program 1MDC. Jumlah responden yang diambil bagi setiap negeri ialah sebanyak 300 orang dan setiap jenis kad diskaun mewakili 50 orang responden. Oleh itu, saiz sampel untuk penilaian ini ialah sebanyak 4,200 orang.

Kaedah persampelan

Penilaian ini menggunakan teknik persampelan bertujuan (*purposive convenience*). Teknik persampelan ini telah dipilih kerana penilaian ini melibatkan jumlah responden yang ramai, iaitu meliputi semua negeri di Malaysia dan mewakili kumpulan tertentu iaitu melibatkan enam jenis pemegang kad diskaun (Teddlie & Tashakkori, 2003).

Pengumpulan data

Penilaian ini menggunakan data daripada penyelidikan “Mengetahui Tahap Penerimaan, Penggunaan dan Persepsi Kad Diskaun 1 Malaysia (1MDC)” yang dijalankan oleh penyelidik Universiti Putra Malaysia (UPM). Instrumen penilaian yang digunakan dalam penyelidikan ini ialah soal selidik yang ditadbir sendiri oleh responden. Responden dianggarkan memerlukan masa 20 minit untuk melengkapkan soal selidik. Pengumpulan data telah dilakukan bermula dari 1 November 2014 hingga 31 Mac 2015.

Instrumen penilaian

Soal selidik yang ditadbir sendiri (6 muka surat bercetak) telah digunakan sebagai instrumen penilaian. Terdapat lapan bahagian dalam penilaian yang terdiri daripada profil responden, tahap penerimaan terhadap 1MDC, tahap penggunaan 1MDC, persepsi Program 1MDC, persepsi terhadap produk dan perkhidmatan Rakan Dagang, persepsi terhadap kad dan penambahbaikan program. Soal selidik berbentuk tertutup telah digunakan untuk memudahkan proses menganalisis data dan menjimatkan masa, terutama dalam penilaian yang berskala besar. Pengukuran pemboleh ubah yang digunakan dalam penilaian adalah seperti berikut:

Bahagian 1: Profil responden

Responden ditanya mengenai ciri-ciri demografi seperti umur, jantina, pendidikan, taraf perkahwinan, etnik dan sumber maklumat berkaitan 1MDC.

Bahagian 2: Tahap penerimaan terhadap 1MDC

Tahap penerimaan terhadap 1MDC telah diukur menggunakan instrumen SERVQUAL yang telah dibangunkan oleh Parasuraman *et al.* (1985). Dalam penilaian ini, instrumen terdiri daripada 26 kenyataan yang menggunakan skala Likert lima mata dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Skala ini kemudian dikategorikan (*recode*) hanya kepada dua skala iaitu: (1) tidak memuaskan; dan (2) memuaskan. Lima dimensi oleh Parasuraman *et al.* (1985) kemudian diubah kepada tiga dimensi mengikut analisis faktor supaya bersesuaian dengan responden di Malaysia. Tiga dimensi itu adalah kredibiliti, perkhidmatan disediakan dan imej (a) dikenali; (b) nilai; dan (c) kualiti. Taburan penerimaan kemudian dijumlahkan dan dibahagikan dengan jumlah soalan bagi mendapat peratusan responden yang tidak setuju dan setuju. Jumlah keseluruhan purata turut diperolehi apabila menjumlahkan keseluruhan purata dan dibahagikan dengan jumlah soalan. Tahap penerimaan ditentukan menggunakan analisis *cut off point*. Skor yang lebih tinggi menunjukkan tahap penerimaan yang lebih baik.

Bahagian 3: Tahap penggunaan 1MDC

Terdapat 12 segmen perniagaan dengan skala lima mata dari tidak pernah (1) hingga sentiasa (5) telah digunakan untuk mengukur tahap penggunaan 1MDC. Responden diminta untuk menandakan kekerapan mereka menggunakan 1MDC bagi setiap segmen perniagaan yang disenaraikan, antaranya seperti peruncitan, makanan dan minuman, klinik kesihatan dan automotif.

Bahagian 4: Persepsi terhadap Program 1MDC

Dalam penilaian ini, instrumen terdiri daripada tujuh soalan yang memerlukan responden untuk menggambarkan persepsi mereka terhadap kebaikan program 1MDC dengan menggunakan skala sangat tidak memuaskan (1) hingga sangat memuaskan (5). Skala ini kemudian dikategori (*recode*) kepada dua skala, iaitu (1) tidak memuaskan dan (2) memuaskan.

Analisis data

Data dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan program *Statistical Pacakage for Soscial Science* (SPSS) untuk mendapatkan latar belakang dan maklumat bagi pemboleh ubah-pemboleh ubah yang dinilai serta menjawab setiap objektif penilaian.

Hasil Kajian

Latar belakang responden

Jadual 1 menunjukkan latar belakang responden yang terlibat dalam penilaian ini, iaitu responden terdiri daripada pemegang Kad Siswa (18%), diikuti dengan *1 Malaysia Privilege Card*(17.3%), Kad Skuad Pengguna (17.3%), Kad Bekas Tentera (16.5%), Kad Pesara (16.2%) dan Kad Orang Kurang Upaya (16.2%). Peratusan tertinggi terdiri daripada responden lelaki (72%) manakala selebihnya iaitu 28 peratus adalah perempuan. Hampir dua pertiga responden iaitu sebanyak 59.7 peratus merupakan Generasi Y (18 hingga 38 tahun) manakala 37.1 peratus merupakan Generasi Z(17 tahun ke bawah) dan 3.2 peratus merupakan Generasi X (39 tahun ke atas). Majoriti responden adalah daripada etnik Melayu (79.0%), diikuti etnik Cina (10.8%) dan Bumiputra Sarawak (4.6%). Dari segi status perkahwinan, lebih daripada satu perdua responden telah berkahwin (55.4%), 39.6 peratus bujang dan 6.0 peratus bercerai atau balu/duda. Sebanyak 48.2 peratus responden mempunyai pendidikan sehingga peringkat SPM manakala 25.1 peratus mempunyai pendidikan di peringkat SRP/PMR dan hanya 8.6 peratus responden mempunyai pendidikan peringkat ijazah, sarjana dan Ph.D.

Jadual 1: Latar Belakang Responden 1MDC

Profil Responden	Peratus (%)
Jenis Kad	
<i>1 Malaysia Privilege Card</i> (1MPC)	673(17.3)
Kad Skuad Pengguna	675(17.3)
Kad Siswa	700(18.0)
Kad Bekas Tentera	641(16.5)
Kad Orang Kurang Upaya	574(14.7)
Kad Pesara	633(16.2)
Lokasi	
Johor	300(7.7)
Kedah	262(6.7)
Kelantan	288(7.4)
Terengganu	273(7.0)
Kuala Lumpur	300(7.7)
Selangor	300(7.7)
Melaka	260(6.7)
Negeri Sembilan	300(7.7)
Pahang	252(6.5)
Pulau Pinang	273(7.0)
Perak	300(7.7)
Perlis	257(6.6)

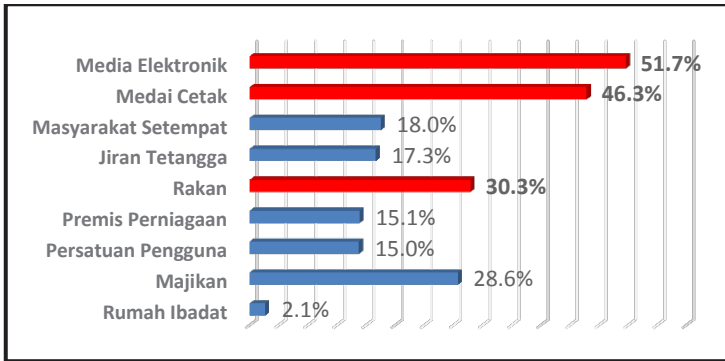
Jadual 1 (sambungan)

Sabah	280(7.2)
Sarawak	251(6.4)
Jantina	
Lelaki	2,789(72.0)
Perempuan	1,084(28.0)
Umur	
Generasi X (39 tahun-40 tahun)	125(3.2)
Generasi Y (18 tahun-38 tahun)	2,321(59.7)
Generasi Z (<17 tahun)	1,443(37.1)
Min Umur=39.12	
Etnik	
Melayu	3,074(79.0)
Cina	421(10.8)
India	42(1.1)
Orang Asli	13(0.3)
Sikh	13(0.3)
Bumiputera Sarawak	179(4.6)
Profil Responden	Peratus (%)
Bumiputera Sabah	148(3.8)
Status Perkahwinan	
Berkahwin	2,155(55.4)
Bujang	1,538(39.6)
Duda/Balu	102(2.6)
Berceraai	93(2.4)
Pendidikan	
Sekolah Rendah	319(8.3)
PMR/SRP	963(25.1)
SPM	1,852(48.2)
STPM/Sijil/Diploma	376(9.8)
Sarjana Muda	254(6.6)
Sarjana	73(1.9)
Ph.D	3(0.1)

Sumber maklumat berkaitan 1MDC

Sumber maklumat berkaitan 1MDC ini melibatkan sembilan sumber utama iaitu media elektronik (TV, radio dan Internet), media cetak (surat khabar, majalah, buku dan risalah), masyarakat setempat, jiran tetangga, rakan, premis perniagaan, persatuan pengguna, majikan dan rumah ibadat. Responden boleh memilih lebih daripada satu sumber bagaimana mereka memperoleh maklumat berkaitan 1MDC. Hasil kajian menunjukkan 51.7 peratus daripada responden mengetahui mengenai 1MDC melalui media elektronik dan 46.3 peratus adalah melalui media cetak. Terdapat sebanyak

30.3 peratus daripada responden turut menyatakan mereka memperoleh maklumat mengenai 1MDC daripada rakan.



Rajah 1: Sumber Maklumat berkaitan 1MDC

Penerimaan pemegang kad terhadap program 1MDC

Responden ditanya mengenai penerimaan mereka terhadap 1MDC. Terdapat 24 pernyataan yang menggambarkan tahap penerimaan responden terhadap program ini telah digunakan untuk mengukur tahap penerimaan responden.

Jadual 2: Taburan Penerimaan Pemegang Kad Terhadap Program 1MDC

No.	Penyataan	Tidak Setuju n (%)	Setuju n (%)	Purata
KREDIBILITI				
1.	1MDC menyediakan perkhidmatan seperti yang dijanjikan.	2327 (60.7)	1507 (39.3)	1.39
2.	1MDC menyediakan perkhidmatan pada masa yang dijanjikan.	2260 (58.5)	1601 (41.5)	1.41
3.	1MDC boleh dipercayai bagi mendapatkan potongan harga.	2132 (55.2)	1729 (44.8)	1.44
4.	Saya yakin bahawa 1MDC akan berjaya membantu rakyat Malaysia menangani peningkatan kos sara hidup.	1912 (49.5)	1950 (50.5)	1.50

Jadual 2 (sambung)

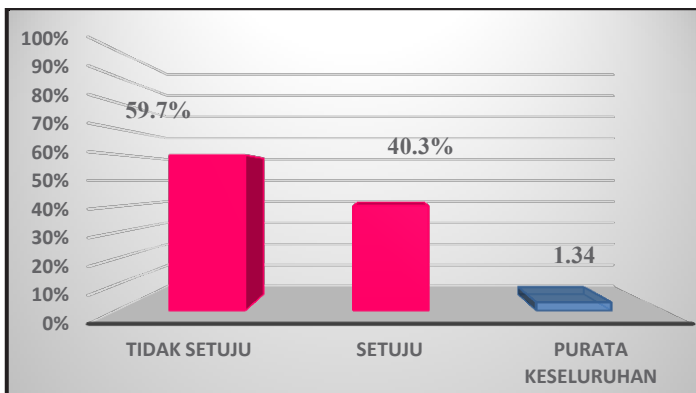
5.	Penggunaan 1MDC adalah satu langkah penjimatan dalam berbelanja.	1968 (51.0)	1892 (49.0)	1.49
6.	Program 1MDC adalah satu inisiatif yang baik oleh pihak kerajaan.	1792 (46.4)	2068 (53.6)	1.53
7.	Saya yakin kejayaan pelaksanaan 1MDC dapat memberi impak positif kepada kerajaan.	1812 (47.0)	2046 (53.0)	1.53
8.	Saya berasa selamat dalam urusan jual beli apabila menggunakan 1MDC.	2137 (55.4)	1723 (44.6)	1.44
PERKHIDMATAN DISEDIAKAN				
9.	Peragaan logo yang ditunjukkan di premis adalah jelas.	2691 (69.9)	1159 (30.1)	1.30
10.	Pemegang 1MDC sentiasa didahulukan berbanding pelanggan lain.	2856 (74.2)	995 (25.8)	1.25
11.	Barangan yang mendapat potongan melalui 1MDC adalah berkaitan dengan kehidupan seharian saya sebagai pengguna.	2206 (57.7)	1614 (42.3)	1.42
12.	1MDC digemari oleh pengguna untuk tujuan berbelanja.	2008 (52.2)	1839 (47.8)	1.47
13.	1MDC kini menjadi satu keperluan untuk berbelanja.	2168 (56.3)	1684 (43.7)	1.43
14.	Perkhidmatan segera kepada pemegang kad	2533 (66.3)	1288 (33.7)	1.33
15.	Bersedia membantu pelanggan yang menggunakan 1MDC.	2530 (65.8)	1316 (34.2)	1.34
16.	Peniaga bersedia untuk mengubah permintaan tawaran yang disediakan.	2469 (64.2)	1376 (35.8)	1.35
17.	Saya bersedia menggunakan 1MDC apabila berbelanja.	2272 (59.1)	1575 (40.9)	1.40
IMEJ				
a) DIKENALI				
18.	Pekerja kedai mempunyai pengetahuan berkaitan 1MDC untuk menjawab soalan pengguna.	2618 (67.8)	1242 (32.2)	1.32
19.	Pemegang 1MDC diberikan perhatian secara individu.	2508 (65.3)	1332 (34.7)	1.34

Jadual 2 (sambung)

b) NILAI				
20.	Diskaun 1MDC yang dinyatakan di premis perniagaan sama dengan nilai yang ditawarkan.	2209 (57.3)	1649 (42.7)	1.42
21.	1MDC ada tempoh sah yang ditetapkan	2318 (61.2)	1470 (38.8)	1.38
c) KUALITI				
22.	Reka bentuk kad adalah menarik.	2265 (59.0)	1577 (41.0)	1.41
23.	Material kad yang tahan lasak dan tidak mudah rosak.	2560 (66.5)	1287 (33.5)	1.33
24.	Ciri-ciri 1MDC adalah berbeza mengikut kategori pengguna.	2513 (65.4)	1329 (34.6)	1.34

Berdasarkan purata yang diperolehi dalam Jadual 2, didapati bahawa pernyataan: *Program 1MDC adalah satu inisiatif yang baik oleh pihak kerajaan. dan Saya yakin kejayaan pelaksanaan 1MDC dapat memberi impak positif kepada kerajaan*, mencatatkan min yang tinggi iaitu sebanyak 1.53. Hal ini menunjukkan bahawa responden kajian mempercayai bahawa kad diskaun (1MDC) yang diperkenalkan menjelaskan usaha kerajaan untuk membantu rakyat dengan inisiatif yang bermanfaat dan membantu masyarakat mengubah persepsi negatif terhadap kerajaan. Diikuti dengan pernyataan: *Saya yakin bahawa 1MDC akan berjaya membantu rakyat Malaysia menangani peningkatan kos sara hidup*, dengan purata sebanyak 1.50, menunjukkan bahawa responden mempercayai bahawa 1MDC yang diperkenalkan kerajaan mampu mengurangkan bebanan kewangan yang dihadapi mereka, terutama dalam situasi ekonomi semasa yang tidak menentu.

Walau bagaimanapun, purata yang rendah dicatatkan bagi pernyataan: *Pemegang 1MDC sentiasa didahulukan berbanding pelanggan lain*, dengan min sebanyak 1.25, menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan antara pengguna yang memiliki kad diskaun dengan tidak memiliki kad diskaun.

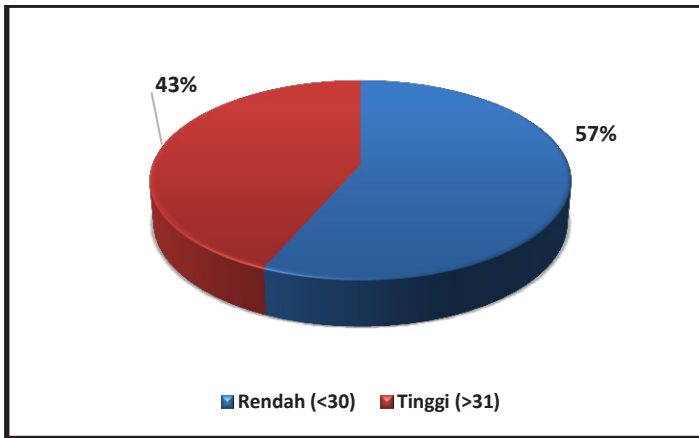


Rajah 2: Taburan Penerimaan Pemegang Kad Terhadap Program 1MDC

Rajah 2 menunjukkan taburan purata penerimaan 1MDC. Taburan ini diperoleh setelah peratusan setiap pernyataan tidak setuju dijumlahkan dan dibahagikan mengikut jumlah soalan. Didapati bahawa hampir 60 peratus responden atau pengguna sasaran tidak bersetuju dengan penerimaan 1MDC kerana tidak menganggap kenaikan barang dan perkhidmatan. Sementara, hanya 40.3 peratus yang bersetuju dengan penggunaan kad diskaun. Jumlah purata keseluruhan taburan penerimaan 1MDC ialah sebanyak 1.34, menunjukkan penerimaan responden terhadap kad diskaun atau 1MDC adalah pada tahap yang rendah.

Tahap penerimaan pemegang kad terhadap program 1MDC

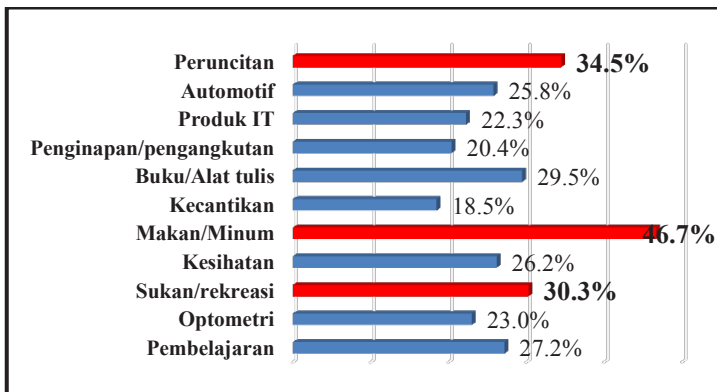
Skor penerimaan dijumlahkan dan dibahagi sama rata bagi mendapatkan dua kategori tahap penerimaan seperti dalam Rajah 3. Skor purata kurang daripada 30 merupakan tahap penerimaan yang rendah manakala skor purata lebih daripada 31 adalah pada tahap tinggi. Didapati bahawa peratusan tertinggi responden mempunyai tahap penerimaan rendah (57.5%); manakala sebanyak 43 peratus responden menyambut baik kad diskaun yang telah diperkenalkan.



Rajah 3: Tahap Penerimaan Pemegang Kad Terhadap Program 1MDC

Penggunaan 1MDC

Responden ditanya mengenai tahap penggunaan 1MDC. Terdapat 12 segmen perniagaan yang disediakan oleh pihak kerajaan bagi membolehkan para pemegang kad menikmati potongan harga. Responden boleh memilih lebih daripada satu segmen, iaitu mereka biasanya menggunakan kemudahan 1MDC. Hasil kajian menunjukkan bahawa kebanyakan responden menggunakan 1MDC bagi tujuan pembelian makanan dan minuman (46.7%), peruncitan (34.5%) dan buku/alat tulis (29.5%).



Rajah 4: Peratusan Penggunaan 1MDC

Persepsi pemegang kad terhadap program 1MDC

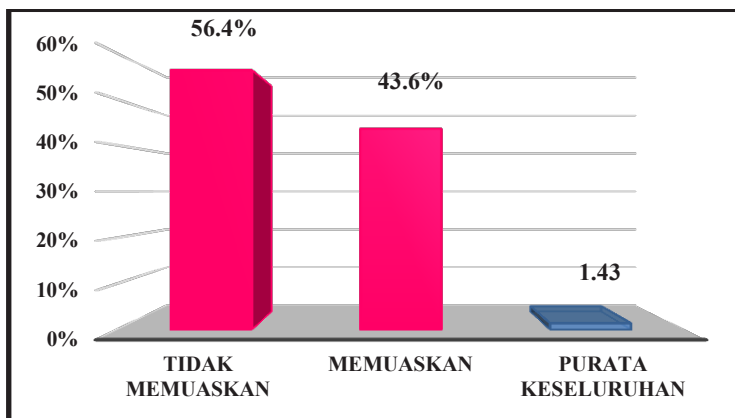
Responden ditanya mengenai persepsi mereka terhadap Program 1MDC. Terdapat tujuh pernyataan yang untuk mengenal pasti persepsi responden terhadap program 1MDC.

Jadual 3: Persepsi Pemegang Kad terhadap Program 1MDC

No.	Kenyataan	Tidak Memuaskan n(%)	Memuaskan n(%)	Purata
1.	Fungsi dan penggunaan 1MDC.	2106 (54.6)	1752 (45.5)	1.45
2.	Proses agihan 1MDC oleh pihak kerajaan.	2306 (60.0)	1539 (40.0)	1.40
3.	Mengurangkan beban kos sara hidup.	1990 (51.6)	1866 (48.4)	1.48
4.	Memperoleh kadar diskaun yang ditawarkan oleh 1MDC.	2007(52.1)	1884(47.9)	1.47
5.	Mempelbagaikan barang dan perkhidmatan yang boleh dibeli menggunakan 1MDC.	2203(57.1)	1652(42.9)	1.43
6.	Menyediakan maklumat tentang Rakan Dagang melalui laman sesawang.	2224(57.7)	1631(42.3)	1.42
7.	Mudah membuat aduan.	2375(61.6)	1479(38.4)	1.38

Persepsi terhadap Program 1MDC ditunjukkan menerusi Jadual 3. Purata yang tinggi iaitu 1.48 daripada pernyataan *Mengurangkan beban kos sara hidup*. Hal ini menggambarkan bahawa responden cenderung beranggapan bahawa program 1MDC ini mampu membantu mereka dalam mengurangkan bebanan yang dihadapi. Selain itu, pernyataan *Memperoleh kadar diskaun*

yang ditawarkan oleh IMDC. menunjukkan purata sebanyak 1.47 merupakan purata kedua tinggi dalam soalan ini. Purata yang rendah dicatatkan dalam pernyataan *Mudah membuat aduan* dengan purata sebanyak 1.38. Hal ini menggambarkan bahawa responden merasakan program seperti ini tidak begitu mudah untuk melakukan aduan dan memerlukan platform yang lebih berkesan jika pengadu ingin melaporkan aduan. Purata kedua rendah adalah dicatatkan menerusi pernyataan *Proses agihan IMDC* dengan purata sebanyak 1.40 dan ini menunjukkan bahawa proses agihan IMDC kurang berkesan dan tidak sampai kepada kumpulan sasaran. Secara keseluruhannya, didapati purata persepsi adalah kurang daripada 1.50 dan ini menunjukkan bahawa persepsi pemegang kad terhadap program IMDC adalah kurang memuaskan.



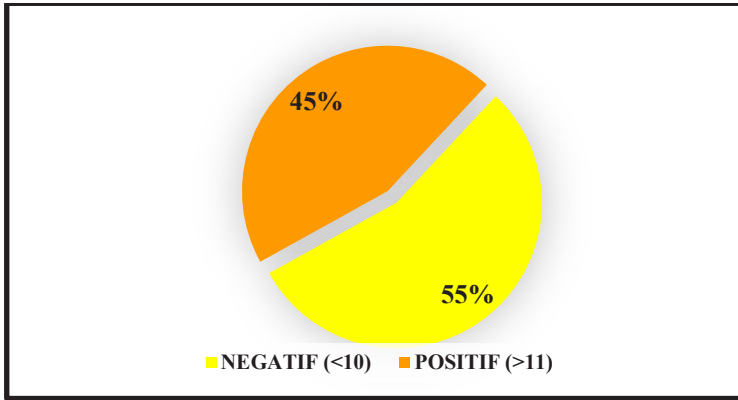
Rajah 5: Taburan Persepsi Pemegang Kad terhadap Program IMDC

Rajah 5 menunjukkan taburan persepsi terhadap program IMDC oleh pengguna kad diskaun. Didapati bahawa 56.4 peratus responden mempunyai persepsi tidak memuaskan terhadap program IMDC berbanding dengan hanya 43.6 peratus pengguna menyatakan program IMDC adalah memuaskan berdasarkan persepsi mereka. Jumlah purata keseluruhan bagi soalan bahagian ini ialah 1.43 iaitu pada tahap yang sederhana dan ini bermakna pengguna kurang berpuas hati terhadap program IMDC, terutama daripada segi aduan dan proses agihan.

Tahap persepsi pemegang kad terhadap program IMDC

Tahap persepsi dibahagikan kepada dua kumpulan, iaitu positif dan negatif yang ditunjukkan dalam Rajah 6. Jumlah skor persepsi yang kurang daripada 10 dikategorikan sebagai persepsi negatif manakala yang selebihnya dikategorikan sebagai persepsi positif. Lebih daripada satu perdua responden

(55%) mempunyai persepsi negatif terhadap program 1MDC manakala 45 peratus responden pula mempunyai persepsi positif terhadap program 1MDC. Hal ini memberi mesej kepada pihak kerajaan bahawa penambahbaikan terhadap pelaksanaan program 1MDC perlu ditingkatkan agar benar-benar memberi manfaat kepada pengguna.



Rajah 6: Tahap Persepi Pemegang Kad terhadap Program 1MDC

Kesimpulan dan Cadangan

Secara keseluruhan kajian mendapati sumber utama responden mendapatkan maklumat tentang 1MDC adalah daripada media cetak dan elektronik dan peratusan tertinggi responden menggunakan 1MDC adalah ke atas item makanan/minuman, peruncitan dan sukan serta rekreasi. Seterusnya, dapatan kajian menunjukkan bahawa tahap penerimaan 1MDC dalam kalangan pemegang kad adalah rendah. Kajian juga mendapati responden mempunyai persepsi yang negatif terhadap program 1MDC. Berdasarkan dapatan kajian ini, pihak KPDNKK perlu mengkaji semula keberkesanan pelaksanaan program 1MDC dalam usaha untuk membantu pengguna berhadapan dengan peningkatan kos sara hidup. Sehubungan itu, berikut disenaraikan beberapa cadangan dan penambahbaikan untuk pertimbangan pihak KPDNKK, iaitu:

- Meningkatkan pengetahuan para pemegang kad mengenai penggunaan kad diskaun dan ini boleh dilakukan melalui hebahan di media dan *roadshow*.
- Meluaskan promosi mahupun hebahan mengenai kad diskaun serta mengemas kini laman sesawang mengenai penyertaan Rakan Dagang yang terlibat.

- Senarai barang dan perkhidmatan yang layak untuk diberi diskaun perlu disenaraikan atau dihebahkan serta dikemas kini dalam laman sesawang KPDNKK atau laman sesawang premis perniagaan yang terlibat agar pengguna mengetahui barangan yang layak untuk mendapat diskaun.
- Barang dan perkhidmatan yang layak diberi diskaun perlu dipelbagaikan dan dipertingkatkan supaya menepati cita rasa pemegang kad.
- Rakan Dagang seharusnya tidak meletakkan syarat minimum perbelanjaan sebelum kad diskaun dapat digunakan.
- Memperluaskan penyertaan Rakan Dagang kerana penyertaan yang sedikit menyebabkan para pemegang kad tidak dapat menggunakan kad diskaun sepenuhnya.
- Kempen atau promosi serta hebahan mengenai Rakan Dagang yang terlibat secara langsung dalam media dapat memberikan publisiti kepada Rakan Dagang sekali gus meningkatkan kadar penyertaan mereka.
- Diskaun pembayaran cukai diberikan kepada Rakan Dagang yang terlibat agar ramai Rakan Dagang yang akan terlibat secara aktif dalam program ini.
- Kad Diskaun pada masa ini dibahagikan kepada enam jenis kad yang berlainan. Hal ini hanya mendatangkan kekeliruan kepada para pemegang kad dan juga Rakan Dagang. Dicadangkan kesemua kad menggunakan hanya satu kad kecuali kad Orang Kurang Upaya dan Kad Pesara Kerajaan.
- Kesemua mahasiswa memiliki kad pengenalan pelajar dan kad ini dapat disatukan dengan kad diskaun agar kos pengeluaran kad dapat dikurangkan.
- Kesemua kad diskaun adalah disatukan di bawah satu logo atau lambang yang sama supaya memudahkan urusan dengan Rakan Dagang apabila melihat logo atau lambang pada kad tersebut. Pertandingan mereka bentuk logo boleh dilakukan untuk mendapatkan logo bersesuaian.
- Cip seperti MEPS disertakan sekali dengan kad diskaun dan sistem mata ganjaran diperkenalkan, seperti kad *bonuslink* agar mata ganjaran dapat diselaraskan dengan semua pemegang kad. Mata ganjaran ini dapat ditebus di semua agensi Rakan Dagang yang terlibat.
- Perbincangan dan lawatan secara berkala perlu dilakukan oleh pihak KPDNKK ke premis Rakan Dagang bagi mengetahui permasalahan dalam pelaksanaan dan penyampaian perkhidmatan kepada kumpulan sasaran.

Rujukan

Bourne, R. (2014). *Law Pay and the Cost of Living: A Supply-Side Approach*. Institute of Economic Affairs.

Jabatan Perangkaan Malaysia. (2015). Dimuat turun daripada <https://www.statistics.gov.my/> pada 5 Januari 2016.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK). Dimuat turun daripada <http://www.kpdnkk.gov.my/kpdnkkv3/index.php?lang=my>

Kim, C.W. & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business School Publishing Corporation. ISBN: 1-59139-619-0

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(Fall), 41–50.

Ragayah, H.M.Z. (2002). The Impact of the Financial Crisis on Poverty and Inequality in Malaysia', in S.Khandker (ed.) *Impact of the East Asian Financial Crisis Revisited*, Manila: World Bank Institute and Philippine Institute for Development Studies.

Ragayah, H.M.Z. (2004). The U-turn in Malaysia Income Inequalities: Some possible explanations? IKMAS Research Note.

Sastu, K. (2014). Strengthening recovery in Central and Eastern Europe. Regular Economic Report. Dimuat turun daripada <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/Feature%20Story/ECA/eul1-regular-economic-report-july-2014.pdf> pada 10 Januari 2016

Shulman, L. (1999). *The Skills of Helping Individual, Families Group and Communities*. 4th edition. Illinois: Peacock Publisher.

Teddlie, C. & Tashakkori, A. (2003). Major issues and controversies in the use of mixed methods in the social and behavioral sciences. *Handbook of Mixed Methods in Social and Behavioral Research*, 3–50.