

KEPEKAAN TERHADAP ISU ETIKA DAN INTENSITI MORAL DALAM KALANGAN PEKERJA BENGKEL DI LEMBAH KELANG

Umi Naizirah Hamid
Elistina Abu Bakar
Fakulti Ekologi Manusia
Universiti Putra Malaysia

Pengenalan

Kesedaran terhadap perlindungan pengguna wujud bagi melindungi pengguna daripada penindasan dan penyelewengan peniaga. Perlindungan pengguna di Malaysia muncul apabila sering berlakunya ketidakadilan dan penindasan di pasaran apabila golongan peniaga mengambil kesempatan terhadap pengguna. Menurut Mohd. Hamdan (1990), penyelewengan boleh berlaku di mana-mana sahaja tidak kira di negara maju, negara membangun atau negara mundur. Penyelewengan merupakan perbuatan yang tidak adil dalam melakukan proses jual beli dan kebiasaannya melibatkan pekerja dalam sesebuah organisasi perniagaan. Penyelewengan boleh berlaku sama ada dalam keadaan sengaja atau tidak sengaja, namun kedua-duanya memberikan kesan kepada pengguna.

Di bawah Dasar Pengguna Negara (2002), terdapat tiga komponen penting yang saling berkait dan memainkan peranan masing-masing dalam melindungi pengguna. Tiga komponen ini ialah perlindungan sendiri oleh pengguna, kawalselia sendiri oleh peniaga dan penggubalan serta penguatkuasaan undang-undang oleh kerajaan. Dewasa ini, doktrin *caveat emptor* iaitu “pengguna haruslah berwaspada” sudah tidak relevan lagi kerana transaksi pengguna sudah menjadi semakin kompleks dan sukar bagi seorang pengguna yang cetek ilmu untuk memahami sesuatu transaksi, terutamanya sekiranya ia melibatkan permasalahan teknikal seperti dalam pembaikan kenderaan bermotor. Sehubungan itu, doktrin *caveat venditor* haruslah digunapakai kerana ia meletakkan tanggungjawab untuk berhati-hati ke atas peniaga. Di bawah doktrin ini, peniaga haruslah bertanggungjawab untuk memastikan sesuatu barangan dan perkhidmatan yang dibekalkan kepada pengguna adalah selamat. Bagi merealisasikan doktrin ini, kefahaman terhadap peniaga adalah penting bagi memahami proses pembuatan keputusan seseorang peniaga bagi melahirkan sesuatu perbuatan yang beretika dan seterusnya dapat melindungi pengguna. Dalam kajian ini,

industri pembaikan kenderaan bermotor dipilih kerana industri ini memerlukan kemahiran teknikal yang tinggi dan selalunya pengguna akan bergantung sepenuhnya pada keputusan dan kepakaran pekerja bengkel. Oleh itu, adalah perlu untuk memahami proses pembuatan keputusan dalam kalangan pekerja bengkel agar mereka dapat membuat keputusan berlandaskan etika yang baik dan seterusnya dapat melindungi pengguna. Tambahan, kenderaan bermotor merupakan aset penting kepada seorang pengguna pada zaman ini, justeru seharusnya industri ini diterokai agar pengguna tidak tertipu semasa berurusan dengan pekerja bengkel. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti kepekaan pekerja bengkel terhadap isu etika. Selain itu, kajian ini juga bertujuan untuk mengenal pasti intensiti moral pekerja bengkel dalam pembuatan keputusan yang beretika.

Kajian literatur

Pembaikan kenderaan bermotor

Beberapa kajian berkaitan pembaikan kenderaan bermotor telah dilakukan bagi mengenalpasti masalah yang berlaku. Antaranya, Persatuan Pengguna Eropah (1989) telah menjalankan kajian bagi mengenal pasti masalah pengguna dalam sektor pembaikan kenderaan bermotor. Antara masalah yang dikenalpasti ialah caj yang tinggi telah dikenakan, perkhidmatan yang rendah kualiti, alat ganti digunakan tidak bermutu tinggi dan banyak lagi. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan pengguna berdepan dengan masalah semasa berurusan dengan bengkel. Antara faktor yang telah dikenalpasti ialah kurangnya pengetahuan dalam kalangan pengguna terhadap pembaikan kenderaan bermotor. Kajian tahap pengetahuan pengguna berhubung hak-hak mereka semasa berurusan dengan bengkel telah dijalankan oleh Elistina dan Naemah (2010) dan dapatan kajian menunjukkan pengguna tidak mengetahui hak mereka semasa berurusan dengan bengkel. Terdapat juga kajian lain yang dilakukan oleh kementerian yang bertanggungjawab menjaga kepentingan penggunaan di Australia (*Ministrial Council on Consumer Affairs*, 1999) untuk mengetahui persepsi pengguna wanita terhadap perkhidmatan bengkel semasa berurusan kerana menjangkakan golongan ini akan berdepan masalah besar semasa berurusan di bengkel kerana kurangnya pengetahuan berkaitan perkara-perkara teknikal.

Kajian yang dinyatakan di atas telah melihat pemasalahan ini daripada perspektif pengguna. Terdapat beberapa usaha bagi memahami situasi ini dari kaca mata peniaga. Antaranya ialah kajian yang dilakukan oleh Yawasi, Elistina dan Syuhaily (2011), iaitu satu kaji selidik telah dilakukan bagi mengenalpasti tahap pengetahuan undang-undang pekerja bengkel. Hal ini kerana sekiranya pekerja tersebut tidak memahami undang-undang dan tidak

mengetahui tanggungjawab mereka terhadap undang-undang, sudah semestinyalah mereka tidak akan melakukan sesuatu perbuatan yang beretika (Tyng dan Jerry, 2006). Dapatan kajian menunjukkan hanya satu perlima responden dalam kalangan pekerja bengkel menyedari akan kewujudan Akta Perlindungan Pengguna 1999. Selain itu, dapatan kajian yang sama juga menunjukkan kebanyakan pekerja bengkel tidak mengetahui tanggungjawab mereka seperti yang diperuntukkan dalam undang-undang Akta Perlindungan Pengguna 1999, Peraturan-Peraturan Perlindungan Pengguna (Pendedahan Bengkel) 2002, Kod Etika dalam Industri Pembaikan Kenderaan Bermotor dan Rukun Niaga Malaysia.

Etika

Walau bagaimanapun, kajian lepas dalam industri ini tidak menyentuh berkaitan isu etika. Oleh itu, kepentingan etika dikupas dalam artikel ini kerana etika penting dalam kehidupan sama ada kepada individu, keluarga ataupun organisasi. Dalam kehidupan individu, mereka yang beretika mempunyai ketenangan jiwa dan perasaan serta mempunyai sahsiah diri yang baik dan mempunyai budi pekerti yang tinggi. Etika juga berperanan dalam pembentukan kekeluargaan dan kestabilan organisasi. Nilai moral dalam sesebuah masyarakat penting bagi menjamin kesejahteraan hidup yang harmoni. Wan Sabri (2004) menyatakan dalam falsafah Cina ada menyebut bahawa keluarga aman, kampung akan menjadi aman dan kalau kota aman, negara akan menjadi aman. Jika diterjemahkan dalam konteks kepenggunaan, ia bermaksud sekiranya peniaga mengutamakan etika, sudah semestinya hak pengguna akan dilindungi.

Namun begitu, setiap individu mempunyai pandangan yang berbeza berkenaan etika. Etika merupakan persepsi individu tanpa dipengaruhi oleh individu lain. Oleh itu, tanggapan atau cerapan seseorang terhadap seseorang yang lain atau sesuatu perkara adalah berbeza antara satu sama lain. Berdasarkan kajian persepsi mahasiswa terhadap tindakan hukuman tatatertib oleh Zaliha *et al.* (2003), dapatan kajian menunjukkan bahawa kesedaran kepentingan etika kepada rakyat Malaysia dapat memupuk dan menanam budaya etika dan integriti masyarakat di negara ini.

Dewasa ini, isu etika sering dipandang ringan oleh masyarakat hingga menyebabkan banyak amalan yang tidak beretika berlaku seperti terlibat dengan rasuah, pecah amanah dan menyalahgunakan hasil kerja pihak lain untuk kepentingan peribadi. Seseorang melakukan amalan yang tidak beretika berpunca daripada kemahuan untuk mendapatkan kemewahan dan kesenangan diri sendiri dengan mudah (Lokman dan Hamidon, 2002). Menurut Muhammad Ruslan (2001), terdapat beberapa faktor yang

memebabkan seseorang individu melakukan perkara yang tidak beretika. Antara faktor tersebut adalah apabila mendapat peluang untuk melakukannya, ingin hidup lebih mewah, kurang penghayatan nilai etika dan agama, tiada penyeliaan oleh pegawai atasan dan kelemahan sistem pentadbiran serta pelaksanaan kerja.

Setiap individu mempunyai etika peribadi tersendiri yang membuatkan mereka berbeza antara satu sama lain. Hal ini kerana seseorang yang berpegang pada pandangan tertentu akan mempengaruhi cara kehidupan dan pemikirannya. Proses perniagaan yang beretika akan mewujudkan hubungan yang baik antara kedua-dua belah pihak, iaitu antara peniaga dengan pengguna. Oleh itu, peniaga di Malaysia perlu mengikut Kod Etika Amalan Perniagaan dan Rukuniaga Malaysia yang telah diperkenalkan (*Utusan Online*, 2001). Rukuniaga Malaysia merupakan satu kod etika perniagaan yang berlandaskan nilai agama, falsafah serta budaya masyarakat di negara ini. Salah satu objektif pengubalan Rukuniaga Malaysia ialah menyediakan garis panduan yang boleh diterima pakai serta diamalkan oleh semua peniaga demi menjamin keselamatan pengguna dan peniaga (*Rukuniaga*, 2002).

Keadaan yang berlaku ini akan memberikan impak yang positif, terutamanya kepada sektor perniagaan kerana dapat meningkatkan prestasi sesebuah perniagaan. Perniagaan yang beretika bukan sahaja menguntungkan pengguna, malahan juga peniaga. Ferrell *et al.*, (2010) telah membincangkan dengan jelas kebaikan etika kepada perniagaan. Menurut mereka, perniagaan yang beretika akan memberikan kepercayaan kepada pekerja untuk melakukan yang terbaik untuk organisasi tersebut. Terdapat banyak kajian lepas yang telah melihat perkaitan antara komitmen dan produktiviti pekerja dengan persekitaran yang beretika dalam organisasi (antaranya ialah Valentine *et al.* (2011); Fu *et al.* (2011); Koh & Boh, 2004). Berdasarkan teori ini, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan yang beretika. Antara pemboleh ubah tersebut ialah kepekaan terhadap isu etika dan intensiti moral seseorang individu.

Kepekaan terhadap isu etika

Berdasarkan teori Hunt & Vitell (1986), terdapat empat peringkat yang harus dilalui oleh seseorang individu dalam proses membuat keputusan beretika. Peringkat yang pertama ialah pembuat keputusan haruslah sensitif akan isu yang melibatkan etika. Sekiranya dia tidak dapat mengenalpasti isu tersebut mengandungi isu etika, andaianannya ialah tidak mungkin dia akan membuat penilaian dan seterusnya melakukan sesuatu perkara yang beretika (*Recognizing moral issues*). Sebagai contoh, peniaga mengenakan bayaran yang berbeza antara pengguna. Terdapat isu etika di situ dan sekiranya

individu tersebut tidak sedar bahawa perbuatan tersebut adalah tidak beretika, andaiannya ialah dia tidak akan menimbangkan untuk meninggalkan perbuatan tersebut sama sekali. Kegagalan untuk mengenalpasti sesuatu isu etika adalah sangat berbahaya kepada sesebuah organisasi kerana akan menyebabkan individu tersebut melakukan sesuatu yang melanggar undang-undang semata-mata untuk memastikan mereka mendapat keuntungan yang banyak (Ferrell *et al.*, 2010).

Andaian ini disokong secara empirikal oleh beberapa kajian yang mengkaji etika peniaga dalam pasaran. Kegagalan untuk mengenalpasti sesuatu isu etika adalah sangat berbahaya kepada sesebuah organisasi kerana akan menyebabkan individu tersebut melakukan sesuatu yang melanggar undang-undang semata-mata untuk memastikan mereka mendapat keuntungan yang banyak (Ferrell *et al.*, 2010). Tanpa mengetahui masalah etika yang berlaku, pembuatan keputusan yang dilakukan tidak mempengaruhi tindakan yang beretika kerana mereka tidak dapat untuk memikirkan tentang kemungkinan yang akan berlaku dan kesan risiko akibat perbuatan tersebut

Selain itu, menyorot kajian yang dilakukan oleh Singhapakdi dan Vitell (1991), dapatan kajian menunjukkan terdapat perkaitan antara kepekaan individu terhadap pemasalahan etika dan amalan mereka untuk menyelesaikan sesuatu isu yang beretika. Hal ini disokong oleh kajian lain yang dijalankan oleh Vitell dan Singhapakdi (1993) dalam kalangan ahli American Marketing Association, iaitu dapatan kajian menunjukkan bahawa kepekaan terhadap isu etika ini merupakan faktor utama menentukan pembuatan keputusan yang beretika dalam kalangan ahli persatuan ini.

Intensiti moral

Teori Jones (1991) juga merupakan satu teori penting dalam proses pembuatan keputusan yang beretika. Berdasarkan teori ini, intensiti moral adalah penting dalam setiap peringkat pembuatan keputusan beretika. Setiap keputusan yang beretika haruslah berdasarkan isu-isu tertentu kerana keputusan yang dibuat adalah berbeza dan hasil penilaian pembuat keputusan atas isu-isu yang berbeza. Sebagai contoh, seseorang individu membuat penilaian yang berbeza sekiranya isu etika melibatkan faktor keselamatan berbanding dengan kualiti semata-mata. Oleh itu, Jones dalam modelnya telah memperkenalkan enam faktor yang harus diambil kira semasa membuat keputusan beretika berdasarkan isu-isu tertentu dan ia dikenali sebagai intensiti moral (*moral intensity*). Enam faktor tersebut ialah:

1. Magnitud dan saiz kesan, iaitu melihat kepada akibat yang berlaku sama ada ia besar atau kecil.
2. Konsensus sosial, iaitu melihat kepada pandangan masyarakat terhadap sesuatu isu.

3. Kemungkinan berlaku, iaitu melihat kepada keberangkalian berlakunya perkara-perkara yang tidak diingini.
4. Jangka masa berlaku, iaitu melihat kepada jangka masa antara perbuatan dengan kesannya.
5. Keakraban, iaitu melihat kepada keintiman hubungan antara pembuat keputusan dengan orang yang akan mendapat kesan daripada tindakan tersebut.
6. Bilangan mangsa, iaitu melihat kepada bilangan mangsa yang mendapat kesan daripada sesuatu tindakan.

Metodologi kajian

Lokasi kajian dan kaedah persampelan

Kajian ini dijalankan di bengkel di sekitar Lembah Klang pada Jun 2011 hingga September 2011. Seramai 300 responden terlibat dalam kajian ini. Persampelan rawak mudah digunakan untuk pemilihan sampel. Senarai bengkel diperoleh dari Persekutuan Persatuan Pemilik Bengkel Malaysia dan cabutan undi dilakukan secara rawak mudah bagi pemilihan bengkel. Seterusnya, pekerja bengkel yang paling senior atau paling lama berkhidmat di bengkel tersebut dipilih menjadi responden untuk kajian ini. Seorang responden akan dipilih bagi mewakili sebuah bengkel.

Pengumpulan data dan analisis

Pengumpulan data dilakukan dengan menemu bual responden menggunakan borang soal selidik melalui kunjungan ke bengkel yang terlibat. Borang soal selidik mengandungi beberapa bahagian iaitu latar belakang, kepekaan pengguna terhadap isu etika dan intensiti moral responden dalam pembuatan keputusan. Kedua-dua pembolehubah kepekaan etika dan intensiti moral dilihat berdasarkan tiga senario yang dibentuk kerana menurut Jones (1991), sesuatu keputusan beretika adalah berbeza berdasarkan kepada senario. Senario yang pertama berkaitan penggunaan alat ganti yang tidak tulen, pengubahsuaian kenderaan yang boleh mendatangkan kemudaratan, dan masalah kualiti perkhidmatan iaitu memperbaiki kenderaan tanpa ilmu teknikal yang mencukupi. Tiga senario ini dibentuk berdasarkan pemasalahan yang berlaku dalam industri ini (Elistina & Naemah, 2011).

Data dianalisis menggunakan Statistical Package of The Social Science For Windows (SPSS). Analisis deskriptif digunakan untuk menerangkan data dan seterusnya dapatan kajian akan dapat dirumuskan.

Hasil kajian

Latar belakang responden

Kajian ini melibatkan seramai 300 orang responden iaitu sebanyak 83.0 % ialah lelaki manakala hanya 17.0 % ialah perempuan. Terdapat jurang peratusan yang ketara antara kedua-duanya kerana industri pembaikan lebih

Jadual 1: Latar Belakang Responden (N=300)

Angkubah	N	%
Jantina		
Lelaki	249	83.0
Perempuan	51	17.0
Umur (tahun)		
Bawah 26	117	39.0
26-31	87	29.0
32 dan ke atas	96	32.0
Taraf perkahwinan		
Berkahwin	137	45.7
Bujang	159	53.0
Lain-lain	4	1.3
Pendidikan tertinggi		
PMR	18	6.0
SPM	51	17.0
Diploma	175	58.3
Ijazah	41	13.7
Etnik		
Melayu	181	60.3
Cina	92	30.7
India	24	8.0
Lain-lain	1	0.3
Jumlah pendapatan		
Bawah RM1,000	61	20.3
RM1,001-2,000	132	44.0
RM2,001-3,000	82	27.3
Atas RM3,000	25	8.3
Tempoh pengalaman sebagai mekanik		
Bawah 1 tahun	29	9.6
1-5 tahun	161	53.6
6-10 tahun	65	21.7
11-15 tahun	20	6.7
16-20 tahun	11	3.6
Lebih 21 tahun	7	2.3
Mendapat latihan teknikal		
Ya	96	32.0
Tidak	204	68.0

sesuai diceburi oleh lelaki berbanding dengan perempuan atas faktor fizikal. Dari segi umur pula, 39.0 % berumur bawah, 29.0 % berumur 26 tahun hingga 31 tahun dan hanya 32.0 berumur 32 tahun dan ke atas. Sebanyak 53 % adalah bujang, seramai 45.7% telah berkahwin dan hanya 1.3 % berstatus duda/janda. Bagi angkubah pendidikan pula, lebih daripada separuh responden atau 58.3 % mempunyai pendidikan di peringkat diploma, 17.0 % di peringkat SPM dan hanya 6.0 % di peringkat PMR. Responden daripada kaum Melayu merupakan golongan terbesar yang terlibat dalam kajian ini, iaitu sebanyak 60.3% jika dibandingkan dengan kaum Cina (30.7 %) dan India (8.0%). Bagi pendapatan pula, kurang daripada separuh (44.0%) mempunyai pendapatan bulanan sebanyak RM1000 hingga RM2000 yang sesuai dengan tahap pendidikan mereka. Majoriti responden yang terlibat mempunyai pengalaman bekerja kurang daripada enam tahun, iaitu sebanyak 63.2 % dan hanya 12.6 % terlibat dalam industri ini selama sepuluh tahun dan ke atas. Walau bagaimanapun, sebahagian besar responden (68.0%) menyatakan mereka tidak pernah menjalani apa-apa latihan yang berkaitan dengan pembaikan kenderaan bermotor dan hanya 32 % responden yang tidak pernah menjalani latihan dalam industri ini.

Senario 1: Penggunaan alat ganti palsu

Senario yang pertama ialah satu situasi di mana pekerja bengkel mengetahui bahawa alat ganti yang digunakan bukan alat ganti tulen. Walaupun beliau mengetahui terdapat risiko menggunakan alat ganti tersebut adalah tiruan, beliau tetap menggunakan alat ganti tiruan kerana tidak mahu menggunakan caj yang tinggi kepada pelanggannya. Responden diberikan situasi di atas dan diminta untuk menandakan tahap persetujuan mereka berdasarkan tujuh skala terhadap tindakan pekerja bengkel tersebut. Pernyataan pertama ialah untuk mengukur tahap persetujuan mereka bahawa situasi di atas ada kaitan dengan isu etika. Hal ini bertujuan untuk mengenalpasti sama ada responden peka bahawa terdapat isu etika dalam situasi yang diberikan. Pernyataan kedua hingga ke tujuh pula adalah merujuk kepada enam faktor intensiti moral responden yang mempengaruhi mereka dalam membuat keputusan yang beretika. Enam faktor ini ialah magnitud kesan, kensensus sosial, kemungkinan berlaku, jangka masa berlaku, keakraban dan bilangan mangsa. Jadual 2 menunjukkan dapatan kajian berdasarkan senario di atas.

Jadual 2: Kepekaan Terhadap Isu Etika dan Intensiti Moral dalam Senario 1

Bil.	Pernyataan	1 n(%)	2 n(%)	3 n(%)	4 n(%)	5 n(%)	6 n(%)	7 n(%)	Min	SP
1.	Ada kaitan dengan isu etika.	15 (5.0)	5 (1.7)	22 (7.3)	68 (22.7)	37 (12.3)	43 (14.3)	109 (36.3)	5.56	5.685
2.	Menyebabkan risiko yang besar (Magnitud kesan).	12 (4.0)	14 (4.7)	35 (11.7)	55 (18.3)	47 (15.7)	48 (16.0)	88 (29.3)	3.95	2.196
3.	Pada pandangan masyarakat, tindakan pekerja bengkel ini adalah salah (Konsensus sosial)	35 (11.7)	21 (7.0)	20 (6.7)	61 (20.3)	49 (16.3)	31 (10.3)	83 (27.7)	4.64	2.016
4.	Kemungkinan yang besar menyebabkan bahaya. (Kemungkinan berlaku)	26 (8.7)	19 (6.3)	52 (17.3)	74 (24.7)	47 (15.7)	25 (8.3)	56 (18.7)	3.99	5.794
5.	Menimbulkan masalah dalam masa terdekat. (Jangka masa berlaku).	46 (15.3)	28 (9.3)	36 (12.0)	78 (26.0)	47 (15.7)	25 (8.3)	40 (13.3)	3.01	1.890
6.	Merupakan kesalahan sekiranya mangsa ialah rakan atau keluarga (keakraban).	48 (16.0)	25 (8.3)	30 (10.0)	70 (23.3)	41 (13.7)	29 (9.7)	57 (19.0)	4.15	2.024
7.	Memudaratkan ramai orang (Bilangan mangsa).	14 (4.7)	8 (2.7)	31 (10.3)	76 (25.3)	39 (13.0)	51 (17.0)	80 (26.7)	3.66	5.797

Petunjuk: 1= sangat tidak setuju, 7= sangat setuju

Jadual 3: Kepekaan Terhadap Isu Etika dan Intensiti Moral dalam Senario 2

Bil.	Penyataan	1 n(%)	2 n(%)	3 n(%)	4 n(%)	5 n(%)	6 n(%)	7 n(%)	Min	Sd
1.	Ada kaitan dengan isu etika.	25 (8.3)	13 (4.3)	26 (8.7)	58 (19.3)	53 (17.7)	40 (13.3)	85 (28.3)	4.87	1.877
2.	Menyebabkan risiko yang besar (magnitud kesan).	17 (5.7)	17 (5.7)	27 (9.0)	66 (22.0)	45 (15.0)	40 (13.3)	87 (29.0)	3.60	5.828
3.	Pada pandangan masyarakat, tindakan pekerja bengkel ini adalah salah. (Konsensus sosial).	36 (12.0)	18 (6.0)	39 (13.0)	52 (17.3)	47 (15.7)	32 (10.7)	76 (25.3)	4.52	2.014
4.	Kemungkinan yang besar menyebabkan bahaya. (Kemungkinan berlaku).	22 (7.3)	22 (7.3)	42 (14.0)	66 (22.0)	54 (18.0)	36 (12.0)	57 (19.0)	3.48	1.803
5.	Menimbulkan masalah dalam masa terdekat (jangka masa berlaku).	34 (11.3)	26 (8.7)	39 (13.0)	79 (26.3)	37 (12.3)	34 (11.3)	51 (17.0)	3.22	1.889
6.	Merupakan kesalahan sekiranya mangsa ialah rakan atau keluarga (keakraban).	35 (17.0)	34 (11.3)	37 (12.3)	79 (26.3)	39 (13.0)	26 (8.7)	34 (11.3)	4.59	5.797
7.	Memudaratkan ramai orang. (Bilangan mangsa).	12 (4.0)	16 (5.3)	40 (13.3)	67 (22.3)	41 (13.7)	51 (17.0)	73 (24.3)	3.85	1.734

Petunjuk: 1 =sangat tidak setuju, 7= sangat setuju

Berdasarkan kajian ini, sebanyak 109 (36.3%) orang responden sangat setuju, iaitu meletakkan pada skala 7 bagi kenyataan “Ada kaitan dengan isu etika.” Hal ini menunjukkan bahawa lebih kurang satu pertiga daripada responden peka bahawa isu penggunaan alat ganti tiruan ialah satu perbuatan yang tidak beretika walaupun niatnya adalah untuk tidak mengenakan caj yang tinggi kepada pelanggannya. Apabila dilihat kepada item intensiti moral, didapati bahawa nilai min yang tertinggi (4.64) ialah merujuk kepada item konsensus sosial. Dapatan ini menunjukkan bahawa responden mendapati perbuatan tersebut tidak beretika kerana perbuatan tersebut dianggap bersalah dan tidak diterima oleh masyarakat. Begitu juga untuk faktor keakraban, faktor ini ialah yang kedua tertinggi nilai minnya (4.15). Hal ini menunjukkan bahawa responden akan merasakan ia satu kesalahan sekiranya ia melibatkan orang yang hampir dengannya, seperti keluarga dan rakan. Sekiranya ia melibatkan orang luar, persepsi yang berbeza pula diberikan.

Senario 2 : Pengubahsuaian kenderaan yang boleh mendatangkan kemudaratan

Bagi senario yang kedua pula, situasinya adalah apabila pekerja bengkel bersetuju untuk melakukan pengubahsuaian seperti yang dikehendaki oleh pelanggan walaupun mengetahui bahawa permintaan tersebut melanggar undang-undang dan boleh mendatang akan kemudaratan. Responden perlu melakukan kaedah yang sama seperti dalam Senario 1 berdasarkan tindakan pekerja bengkel berkenaan. Pernyataan pertama ialah untuk mengukur tahap persetujuan responden bahawa situasi di atas ada kaitan dengan isu etika. Ia bertujuan untuk mengetahui tahap kepekaan responden berdasarkan situasi tersebut. Untuk pernyataan kedua hingga ketujuh pula adalah merujuk kepada enam faktor intensiti moral responden yang mempengaruhi mereka dalam membuat keputusan yang beretika. Jadual 3 menunjukkan dapatan kajian berdasarkan senario di atas

Hasil kajian menunjukkan seramai 85 (28.3%) responden sangat setuju, iaitu meletakkan pada skala 7 daripada pilihan tujuh skala yang diberikan bagi kenyataan “Ada kaitan dengan isu etika.” berkenaan dengan senario yang tersebut di atas. Melihat kepada minnya ialah 4.87 daripada 7 ia membawa maksud bahawa responden dapat menyedari isu etika dalam situasi di atas tetapi ia bukanlah sensitiviti yang sangat tinggi. Apabila dibandingkan skor min keenam-enam faktor intensiti moral, didapati bahawa skor purata tertinggi dan kedua tertinggi adalah untuk faktor konsensus sosial dan keakraban. Hal ini menunjukkan bahawa semasa penentuan ke atas satu-satu isu etika, responden akan mengambil kira pandangan masyarakat dan melihat siapakah mangsa atas perbuatannya. Sekiranya mangsa ialah seseorang yang mempunyai hubungan rapat dengan mereka, perbuatan tersebut akan menjadi

satu kesalahan berbanding dengan sekiranya mangsa tersebut ialah individu yang tidak dikenalnya. Hal ini membimbangkan kerana ia membawa maksud, pekerja bengkel lebih bertoleransi atas risiko yang mungkin berlaku sekiranya mangsa bukan dalam kalangan kenalan atau saudara mereka. Oleh itu, pengguna akan berada dalam kondisi yang tidak selamat sekiranya pekerja bengkel membuat pertimbangan atas perbuatan mereka berdasarkan faktor “keakraban” ini.

Senario 3 : Kualiti perkhidmatan kenderaan bermotor

Senario yang terakhir ialah pekerja bengkel tidak mengetahui apakah masalah kenderaan tersebut. Walaupun begitu, dia tetap menerima kenderaan tersebut untuk dibaiki, membuka kenderaan tersebut dan menggantikan komponen kereta tersebut walaupun tidak yakin. Selepas itu dia memulangkan kenderaan seolah-olah dia telah siap membaikinya. Responden perlu menandakan perbuatan pekerja bengkel itu berdasarkan skala yang sama untuk Senario 1 dan Senario 2. Peryataan juga adalah yang sama seperti dalam Senario 1 dan Senario 2, iaitu terdapat 7 pernyataan. Jadual 4 menunjukkan dapatan kajian berdasarkan Senario 3.

Berdasarkan kajian menunjukkan sebanyak 112 (37.3%) responden menyatakan tahap persetujuan yang maksimum terhadap tindakan itu ada kaitan dengan isu etika. Skor min yang diperoleh ialah 5.12 daripada 7 skala. Hal ini menunjukkan responden sensitif bahawa tindakan membaiki kenderaan tanpa mempunyai pengetahuan berkaitan dengannya merupakan satu perbuatan yang tidak beretika. Apabila dibandingkan faktor-faktor dalam intensiti moral, dapatan yang sama dengan senario pertama dan kedua telah diperoleh, iaitu faktor kensensus sosial dan keakraban merupakan dua faktor yang utama dilihat oleh responden.

Jadual 4: Kepekaan terhadap Isu Etika dan Moral Intensiti Pekerja Bengkel dalam Senario 3

Bil.	Pernyataan	1 n(%)	2 n(%)	3 n(%)	4 n(%)	5 n(%)	6 n(%)	7 n(%)	Min	Sd
1.	Ada kaitan dengan isu etika.	21 (7.0)	12 (4.0)	34 (11.3)	40 (13.3)	41 (13.7)	40 (13.3)	112 (37.3)	5.12	1.921
2.	Menyebabkan risiko yang besar (Magnitud kesan).	9 (3.0)	19 (6.3)	28 (9.3)	47 (15.7)	45 (15.0)	42 (14.0)	109 (36.3)	3.89	5.831
3.	Pada pandangan masyarakat, tindakan pekerja bengkel ini adalah salah. (Konsensus sosial).	28 (9.3)	17 (5.7)	25 (8.3)	54 (18.0)	35 (11.7)	37 (12.3)	104 (34.7)	4.93	2.009
4.	Kemungkinan yang besar menyebabkan bahaya. (Kemungkinan berlaku).	13 (4.3)	23 (7.7)	34 (11.3)	55 (18.3)	61 (20.3)	36 (12.0)	78 (26.0)	3.83	1.778
5.	Menimbulkan masalah dalam masa terdekat (Jangka masa berlaku)	31 (10.3)	32 (10.7)	34 (11.3)	65 (21.7)	51 (17.0)	27 (9.0)	60 (20.0)	3.69	1.927
6.	Merupakan kesalahan sekiranya mangsa ialah rakan atau keluarga (keakraban).	41 (13.7)	21 (7.0)	26 (8.7)	63 (21.0)	49 (16.3)	48 (16.0)	52 (17.3)	4.37	1.959
7.	Memudaratkan ramai orang (Bilangan mangsa).	16 (5.3)	15 (5.0)	29 (9.7)	58 (19.3)	50 (16.7)	58 (19.3)	74 (24.7)	3.94	1.752

Petunjuk: 1=sangat tidak setuju, 7= sangat setuju

Kesimpulan dan implikasi

Kesimpulannya, responden mempunyai kepekaan terhadap isu etika dalam industri pembaikan kenderaan bermotor. Selain itu, responden menyatakan bahawa pandangan masyarakat adalah penting bagi menentukan sesuatu perbuatan tersebut itu beretika atau tidak. Faktor keakraban juga merupakan faktor yang mempengaruhi intensiti moral pekerja bengkel dan mereka menyatakan ketiga-tiga senario di atas merupakan satu kesalahan sekiranya ia melibatkan orang yang rapat dengan mereka berbanding dengan sekiranya tiada hubungan keakraban antara pekerja bengkel dengan pengguna.

Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa pekerja bengkel sedar terdapat isu etika dalam setiap perbuatan mereka, terutamanya sekiranya ia melibatkan isu keselamatan. Walau bagaimanapun, tahap kepekaan ini belum sampai ke peringkat maksimum dan ia seharusnya diperbaiki bagi kepentingan pengguna. Sebagai contoh ialah penggunaan alat ganti tiruan atau melakukan pengubahsuaian kenderaan sehingga boleh mendatangkan bahaya kepada pengguna. Selain itu, disebabkan faktor konsensus sosial amat dititikberatkan oleh pekerja bengkel, adalah perlu untuk menanamkan nilai-nilai etika kepada masyarakat dan bukan sahaja kepada pekerja bengkel. Sebagai contoh, masyarakat perlu diberi kesedaran bahawa penggunaan alat ganti tiruan adalah tidak beretika dan boleh mengundang bahaya. Sekiranya nilai ini dapat dipupuk dalam kalangan masyarakat, secara tidak langsung akan membentuk satu nilai yang baik dalam pekerja tersebut. Selain itu, pekerja bengkel juga harus diberi kesedaran bahawa tanggungjawab mereka adalah untuk melindungi pengguna keseluruhannya dan bukan sahaja kepada mereka yang mempunyai hubungan kekeluargaan atau sahabat handai. Perlu diterapkan bahawa isu keselamatan ialah isu penting yang melibatkan nyawa seseorang dan perbuatan beretika haruslah dilakukan tanpa mengira siapa pelanggan mereka. Apabila nilai-nilai ini dapat dipupuk dalam kalangan pekerja bengkel, ia akan menyebabkan pengguna lebih yakin terhadap perkhidmatan yang diberikan dan secara tidak langsung dapat menyemarakkan lagi industri pembaikan kenderaan bermotor.

Rujukan

Berita Harian, 0/6//2012. Fahami Etika Perniagaan Dalam Islam. Diakses pada 1 Jun 2012 di [http://www.bharian.com.my/bharian/articles/Fahami etika perniagaan dalam Islam/Article](http://www.bharian.com.my/bharian/articles/Fahami%20etika%20perniagaan%20dalam%20Islam/Article).

Dasar Pengguna Negara (2012). Dimuat turun daripada laman web <http://www.kpdnkk.gov.my/kpdnkk/dasar-kementerian/pengguna-negara>

Elistina, A.B. & Naemah, A. (2010). Pengetahuan pengguna terhadap hak-hak mereka di bawah undang-undang semasa berurusan dengan bengkel kereta. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 14, 1-9.

Elistina, A.B. & Naemah, A. (2011). Consumers' perceptions on the service quality in the motor vehicle repair and service industry: An exploratory study in Klang Valley. *Pertanika Journal Social Sciences & Humanities*, 19(2), 409-422.

Ferrell, O.C. & Gresham, L.G. (1985). A contingency framework for understanding ethical decision making in marketing. *Journal of Marketing*, 49 (Summer), 87-96.

Fu, W., Deshpande, S.P., & Zhao, X. (2011). The impact of ethical behaviours and the facets of job satisfaction on organisation commitment of Chinese employees. *Journal of Business Ethics*, 105, 537-543.

Hunt, S.D. & Vitell, S. (1986). A general theory of marketing ethics. *Journal of Macromarketing*, 6(Spring), 5-16.

Jabatan Perangkaan Malaysia. (2010). Buku tahunan perangkaan Malaysia 2009, 2010. Dimuat turun daripada <http://portal.jpj.gov.my>.

Jones, T.M. (1991). Ethical decision making individuals in organizations: An issue-contingent model. *Academy of Management Review*, 16(2), 366-395.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna. Dimuat turun daripada laman web <http://www.kpdnkk.gov.my>

Koh, H. C. & Boo, E. H. Y. (2004). Organizational ethics and employee satisfaction and commitment. *Management Decision*, 42(5/6), 677-693.

Mohd. Hamdan, A. (1990). Perlindungan pengguna dan amalan perniagaan. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Muhamat Yawasi, S. & Elistina, A.B. (2011). Kesedaran dan tahap literasi undang-undang dalam kalangan pekerja bengkel di sekitar Lembah Klang. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 17, 117.

Singhapakdi, A. & Vitell, S.J. (1991). Analyzing the ethical decision making of sales professionals. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 11(4), 1-12.

Trevino, L.K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of Management Review*, 601-617.

Tyng, R.L. & Jerry, L. (2006). Ethical customer value creation: Drivers and barriers. *Journal of Business Ethics*, 67, 93-105.

Utusan Online, 2/9/2001. Rukun Niaga Akan Diperkenalkan. Diakses pada 1 Jun 2013 di http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2001&dt=0902&pub=Utusan_Malaysia&sec=Dalam_Negeri&pg=dn_10.htm

Valentine, S., Godkin, L., Fleischman, G. M., & Kidwell, R. (2011). Corporate ethical values, group creativity, job satisfaction and turnover intention: The impact of work context on work response. *Journal of Business Ethics*, 98, 353-372.

Vitell, S.J. & Singhapakdi, A. (1993). Ethical ideology and its influence on the norms and judgments of marketing practitioners. *Journal of Marketing Management*, 3, 1-11.

Wan Sabri W. H. (2004). *Etika dan Amalan Perniagaan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd.

Zaliha H., Roaimah O., Salmiah S., & Zubaidah Z. (2003). *Persepsi Mahasiswa/i terhadap Tindakan dan Hukuman Tata tertib: Kajian Kes ke atas UiTM Cawangan Melaka Kampus Alor Gajah*.