

# Pengeluar dan pengguna sama-sama berkuasa



**H**ARGA runcit petrol naik mulai semalam selepas diturunkan pada 1 Februari lalu. Lewat petang hari Sabtu lalu, berduyun-duyun pemilik kenderaan ke stesen minyak untuk menyertai operasi 'isi penuh' tangki. Sekurang-kurangnya mendapat harga rendah untuk keperluan satu atau dua hari. Pengusaha stesen minyak yang 'pening kepala' dan tidak 'cukup pam' untuk melayan kunjungan pengguna. Ketika itulah ada pengusaha tidak menerima kad kredit, ada had ditetapkan, ada yang kata stok habis dan ada juga yang tutup lebih awal. Situasi ini akan berterusan untuk setiap bulan. Bezanya sama ada naik atau turun. Keadaan ini berlaku selepas kerajaan memutuskan harga tiga bahan bakar itu - RON95, RON97 dan diesel ditentukan mengikut kaedah pengapungan terkawal mulai 1 Disember 2014.

Maknanya kerajaan tidak sesuka hati menaik dan menurunkan harga. Janglah selepas ini akan ada stesen minyak yang tutup setiap kali menjelang awal bulan. Seperti biasa apabila harga naik, ada pihak untung dan ada pihak rugi. Semua orang mahu untung. Ada juga pandangan sinis. Ada yang kata baharu turun 20 sen, naik 25 sen. Isu naik diberi perhatian. Semoga sebarang kenaikan selepas ini tidak melebihi paras yang akan menimbulkan keresahan pengguna termasuk pengusaha pengangkutan awam.

Lazimnya, kenaikan petrol akan dikaitkan dengan peningkatan harga barangan dan perkhidmatan. Ketika ini, belum sempat harga barang diturunkan, petrol sudah naik harga. Walaupun ketika banyak pihak mendesak supaya para peniaga menurunkan harga barang, tiba-tiba harga petrol naik, kerajaan tetap meneruskan kempen menurunkan harga barang. Menteri Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, Hasan Malek menegaskan Kempen Penurunan Harga 2015 yang bermula semalam tetap dilaksanakan. Baginya harga petrol bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan naik atau turun harga sesuatu barang kerana ia turut dipengaruhi faktor lain seperti ketidakpastian cuaca, bencana alam, peningkatan kos sewa beli dan persekitaran ekonomi.

Apa yang diharapkan, kempen ini

	1 Dis.	1 Jan.	1 Feb.	1 Mac
RON 95	RM2.26	RM1.91	RM1.70	RM1.95
RON 97	RM2.46	RM2.11	RM2.00	RM2.25
DIESEL	RM2.23	RM1.93	RM1.70	RM1.95



akan berjaya dengan sokongan pengilang, pemborong, pembekal, peniaga dan persatuan dalam mencari jalan untuk menurunkan harga barang. Walaupun kempen penurunan harga itu tidak melibatkan keseluruhan peniaga tetapi sekurang-kurangnya masih ada pihak di sebelah sana yang sedia melakukan penurunan harga. Sebanyak 16 pasar raya besar terlibat dengan penurunan harga itu seperti The Store, Tesco, Aeon Big, Giant, Mydin, Milimewa Supermarket (amp) Department Store, Econsave Cash (amp) Carry, 99 Speed Mart, Pasar Raya D'One Mart dan Pasar Raya Hock Kee Seng. Ia melibatkan lebih 1,000 cawangan pasar raya dengan lebih 82,000 produk keperluan harian seperti makanan dan pakaian ditawarkan dengan diskaun antara 10 ke 70 peratus.

Diharapkan, jika peruncit atau peniaga kecil mampu mendapatkan harga lebih murah di pasar raya berkenaan, mereka juga dapat menurunkan harga barangan makanan atau minuman di gerai atau kedai makan masing-masing. Memang banyak pihak boleh membantu mengurangkan beban pengguna. Sama ada mereka mahu atau tidak. Pengguna tidak mampu menggunakan kuasa mereka jika barangan keperluan itu satu keperluan dan terpaksa membeli. Mereka tidak ada pilihan. Pengeluarlah yang perlu menggunakan kuasa untuk menentukan harga yang ditawarkan adalah berpatutan dan boleh diterima semua pihak. Pengeluar di sini ter-

masuklah yang terlibat secara langsung dalam pemasaran makanan berasaskan pertanian seperti nelayan, penternak dan pekebun. Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani melalui pelbagai agensi seperti Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan dan Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia boleh memainkan peranan membantu kempen Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Koperasi dan Kepenggunaan ini.

Langkah itu bertepatan dengan tekad menterinya, Ismail Sabri Yaakob yang melancarkan Jihad Memerangi Orang Tengah tahun lalu bagi membantu petani, nelayan dan penternak membebaskan diri daripada dipergunakan oleh orang tengah dalam menentukan harga hasil usaha mereka. Pengeluar produk makanan juga patut mencontohi langkah Nestle yang melancarkan kempen 'Lebih Nilai, Lagi Hebat' melibatkan 50 jenis produk minuman dan makanan sehingga akhir bulan ini. Nestle yang terkenal dengan produk Maggi, Milo dan Nescafe menawarkan 20 juta pek barangan minuman dan makanan bermutu tinggi. Tawaran ini termasuklah pek bonus yang menarik, premium bermutu tinggi dan diskaun harga.

Sekali lagi, bagaimana pula harga milo, nescafe tarik dan maggi di gerai, kedai dan restoran? Adakah tetap sama? Apa kata sekurang-kurangnya ada sedikit penurunan dalam tempoh kempen ini. Tidak dinafikan harga makanan atau minuman berbeza, mengikut 'status' sama ada di gerai tepi jalan, kedai kopi di kampung, restoran mamak, pusat penjaja di kawasan perumahan atau pusat membeli-belah, kantin, hentian rehat dan rawat, cafe sehinggalah di hotel 'berbintang dan

tidak berbintang'. Kadang-kadang orang hanya merungut harga di gerai atau kedai mamak tetapi akur dengan harga di kedai 'bertaraf' tinggi sedikit. Sebunkus nasi lemak RM1 di gerai atau di R&R mungkin mencecah sehingga RM2.50 di kedai yang dikatakan ada taraf ini sedangkan kandungannya sama sahaja.

Penggunalah yang lebih berhak untuk 'mengajar' mana-mana peniaga yang degil ini. Memang tepat saranan Menteri Pembangunan Masyarakat dan Hal Ehwal Pengguna Sabah, Jainab Ahmad Ayid yang menyarankan pengguna mengamalkan konsep 3M iaitu memilih, boikot dan melapor bagi memastikan mereka tidak menjadi mangsa penipuan. Tidak terlalu sukar bagi pengguna menggunakan kaedah ini supaya peniaga tidak melampau dalam soal harga. Pilihlah kedai yang menawarkan harga berpatutan semasa kempen penurunan harga ini. Boikot dan kemudian laporkan kepada pihak berkuasa jika berlaku penyelewengan. Lebih mudah jika kedai yang mengeluarkan resit.

Konsep 3M ini lebih mudah digunakan untuk peniaga berbanding melapor penyalahgunaan pemandu teksi di ibu kota yang mengenakan tambang tanpa meter. Walaupun Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat menyatakan amat mudah untuk melapor, ambil gambar nama syarikat/pemandu di pintu teksi, masuk dan ambil gambar kad pengenalan pemandu dan nyatakan destinasi. Kadang-kadang belum masuk, sudah ditanya ke mana mahu pergi. Di dalam teksi pula tidak ada kad pemandu. Ada juga kes pemandu suruh penumpang keluar kerana tidak setuju harga ditawarkan. Jika diberitahu lebih awal destinasi, ada pemandu yang enggan ke sana dan memberi alasan mudah bahawa dia sedang menunggu isteri, anak atau pengguna yang buat tempahan. Penumpang terpaksa akur. Akhirnya, bagi yang terdesak, biarlah teksi itu bergerak dan membayar harga yang ditawarkan. Itulah nasib pengguna teksi bermeter yang tidak menggunakan meter seperti diselak minggu lepas. Bagi pengguna yang membeli barangan, eloklah amalkan konsep 3M ini. Mungkin dapat mengajar peniaga dan membantu pengguna lain.