

PERSEPSI DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN MINYAK SAWIT DALAM KALANGAN PENGGUNA DOMESTIK DAN ANTARABANGSA

(Perception and Factors Influencing Purchase of Palm Oil Amongst Domestic and International Tourists)

Er, A.C., Nur Anisah Abd Manan, Norsuriani Md Saleh, Noor Fatin Azua Ab Razab,
Ding Chin Wei, Azhar Ahmad & Hawati Janor

ABSTRAK

Peningkatan kesedaran terhadap alam sekitar dan pengenalan polisi-polisi persekitaran mempengaruhi persepsi dan kepenggunaan minyak sawit. Kajian ini bertujuan menganalisis persepsi pengguna terhadap minyak sawit dan sejauhmana persepsi itu mempengaruhi tingkah laku pembelian mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi turut dikaji. Seramai 156 orang responden terdiri daripada tempatan (79 orang) dan antarabangsa (77 orang) ditemubual berdasarkan satu set soalselidik. Hasil dapatan kajian pula telah diproses melalui SPSS dan dianalisis melalui jadual bersilang, ujian Khi-Kuasa Dua dan korelasi Spearman. Hasil kajian menunjukkan persepsi dalaman dan luaran mempengaruhi tingkah laku pembelian, manakala faktor kewarganegaraan dan faktor setempat seperti pengaruh sosial, ketersediaan produk, dan polisi kerajaan lebih mempengaruhi tingkahlaku pembelian produk minyak sawit. Namun demikian, faktor demografi tidak mempengaruhi sebarang faktor pemilihan produk sawit. Kesimpulannya, faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi pemilihan produk sawit harus dititik beratkan untuk perlaksanaan strategi untuk menarik pembelian dan mempertingkatkan keyakinan terhadap produk sawit.

Kata Kunci: persepsi pembeli, tingkahlaku pembeli, minyak sawit,

ABSTRACT

Increasing environmental awareness and the implementation of environmentally-related policies have an influence on the perception and consumption of palm oil. This study aims to analyze the consumers' perceptions towards palm oil and how these perceptions influence their purchasing behavior. In addition, factors influencing the perception are also studied. A total of 156 respondents comprising 79 local consumers and 77 international tourists were interviewed based on a set of questionnaire. The results of the study were processed via SPSS and analyzed via crosstabulation, Chi-Square test and Spearman Correlation. This study found that internal and external perceptions influence the consumers' purchasing behavior, but citizenship and local factors such as social influence, product availability, and government policy play a greater role in determining the purchasing behavior of palm oil. However, demographic factors do not affect any

product selection factors that show insignificant relationships. As a conclusion, particular factors that influence the selection of palm oil should be taken into consideration in the implementation of strategies to attract buyers and enhance their confidence towards palm oil products.

Keywords: buyer perception, buyer behavior, palm oil

PENGENALAN

Malaysia merupakan pengeluar minyak kedua terbesar di dunia selepas Indonesia. Pada tahun 2018, industri sawit negara telah berjaya mengeluarkan minyak sawit mentah sebanyak 17.71 juta tan, sekaligus menyumbang kepada 31% pengeluaran minyak sawit dunia dan 38% eksport dunia (Noor Asmawati & Norfadilah 2019). Sektor ini merupakan tunjang utama yang menyumbang kepada pembangunan sosio-ekonomi negara ini. Daripada jumlah eksport negara, India menjadi destinasi utama hasil eksport minyak sawit negara dengan 15.2%, diikuti oleh Kesatuan Eropah (11.6%), China (11.3%), Pakistan (7%), dan beberapa negara lain. Industri ini terdedah kepada isu-isu global yang boleh mempengaruhi polisi negara-negara luar dan persepsi pengguna terhadap minyak sawit Malaysia. Mislanya, kuantiti eksport telah menurun sebanyak 0.4% kepada 16.49 juta tan pada tahun 2018 berbanding dengan 16.56 juta tan pada tahun 2017. Hal ini disebabkan terjadinya permintaan yang rendah terutamanya dari Vietnam, Mesir, dan Kesatuan Eropah (Noor Asmawati & Norfadilah 2019).

Di samping polisi-polisi negara-negara luar, faktor-faktor seperti kesedaran dalam kalangan pengguna, strategi pemasaran, dan penyebaran maklumat turut mempengaruhi persepsi pengguna terhadap minyak sawit. Menurut Kamus Bahasa Melayu Dewan Bahasa dan Pustaka, persepsi merupakan suatu gambaran atau bayangan dalam hati atau fikiran tentang sesuatu. Ia juga merujuk kepada pandangan atau tanggapan. Manakala kepenggunaan (*consumerism*) dalam kajian ini merujuk kepada kecenderungan ke arah pembelian barangan pengguna (Merriam-Webster 2019). Persepsi boleh diwujudkan berdasarkan maklumat yang benar dan tidak benar. Persepsi yang terbentuk pula, sama ada negatif atau positif boleh mempengaruhi kepenggunaan dan menentukan pembelian dan penggunaan minyak ini. Justeru, kajian ini bertujuan mengkaji persepsi dan kepenggunaan pengguna domestik dan antarabangsa terhadap minyak sawit.

ULASAN LITERATUR

Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka mendefinisikan persepsi sebagai suatu gambaran atau bayangan dalam hati atau fikiran tentang sesuatu. Ia juga merujuk kepada pandangan atau tanggapan. Sugihartono et al. (2007) menyatakan persepsi merupakan kemampuan otak dalam menterjemah rangsangan atau proses yang masuk melalui pancaindera manusia. Rangsangan melalui pancaindera itu pula mampu mewujudkan persepsi yang berbeza, bergantung kepada perbezaan sudut pandang seseorang manusia itu. Sesuatu persepsi itu, sama ada negatif atau positif boleh mempengaruhi tindakan dan tingkah laku manusia dalam bentuk yang tampak dan nyata.

Persepsi memainkan peranan dalam mempengaruhi kepenggunaan. Kepenggunaan (*consumerism*) dalam kajian ini merujuk kepada kecenderungan ke arah pembelian barangan

pengguna (Merriam-Webster 2019). Ditambah dengan faktor-faktor seperti tahap pengetahuan dan kesedaran, faktor geografi, dan lain-lain, pengguna akan memproses segala maklumat yang diperolehi dalam membentuk persepsi mereka bagi membuat keputusan sama ada mereka akan membeli sesuatu produk (Mack 2019).

Terdapat juga beberapa penyelidik yang mengkaji berkenaan faktor maklumat dan pembentukan persepsi pengguna. Kajian oleh Disdier, A.C., Marette, S. & Millet, G. (2013) di kalangan penduduk Paris menunjukkan bahawa maklumat berkenaan sesuatu produk mempengaruhi kesediaan pengguna untuk membayar (*Willingness to Pay* (WTP)) produk makanan yang dibuat dari sawit atau produk bukan sawit. Maklumat yang diberikan berkenaan produk sawit adalah pengeluaran minyak sawit menyebabkan kerosakan alam sekitar, dan pengambilannya memberikan risiko kesihatan. Walau bagaimanapun, pengeluaran minyak alternatif bukan sawit menimbulkan isu penggunaan tanah. Maklumat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap WTP apabila ia menggariskan kesan negatif dari pemilihan produk berkaitan. Kesan ini lebih kuat untuk produk minyak sawit daripada produk kelapa sawit. Kajian ini juga membandingkan kesan dua instrumen pengawalseliaan, iaitu kempen maklumat pengguna berbanding cukai penggunaan. Kempen maklumat yang disembarkan ke atas produk sawit atau bukan sawit lebih memberi kesan ke atas pemilihan penggunaan produk berbanding pengenaan cukai ke atas barang yang sama.

Menurut Florian dan Lauranne (2020) yang memfokus kepada pengetahuan alam sekitar pengguna sebagai penentu potensi penggunaan minyak sawit dengan mendedahkan batasan kritikal dalam pengetahuan berkaitan minyak sawit pengguna di seluruh negara yang berbeza. Semakin ramai responden kajian yang mengetahui berkaitan minyak sawit dan akibatnya terhadap alam sekitar, semakin kuat niat mereka untuk mengurangkan penggunaannya.

Tambahan pula, penyelidik turut mengkaji sama ada pengguna boleh dirangsang untuk mendapatkan maklumat mengenai minyak sawit dengan menjadikan akses maklumat sebagai pilihan *default*. Hasil kajian menunjukkan bahawa keperluan melengkapkan dorongan *default* untuk akses maklumat dengan langkah-langkah lain untuk meningkatkan pengetahuan berkaitan minyak sawit dan mengurangkan penggunaan minyak sawit kepada lebih banyak. Manakala Sara Fabbrizzi et al. (2019) menyatakan bahawa para responden yang mengetahui dengan baik perdebatan media mengenai kempen fitnah terhadap bahan minyak sawit sedang berjalan, yang membawa pendapat umum terhadap sikap minyak sawit yang tidak baik mengenainya. Pengkaji menggunakan metodologi pembezaan semantik dalam analisis memungkinkan untuk mengeksplorasi sikap pengguna terhadap produk dengan dan tanpa minyak sawit, yang menyoroti bagaimana produk yang tidak mengandungi minyak sawit terutama dianggap sebagai bergaya, mahal dan sihat. Label “bebas minyak sawit” yang dipamerkan dalam produk-produk makanan di Eropah juga secara tidak langsung membentuk persepsi negatif pengguna terhadap minyak sawit. Kajian Aguiar, Martinez dan Coleman (2017) mendapati faktor kerelevanan informasi memainkan peranan utama dalam membentuk kepercayaan responden berkenaan kesan industri minyak sawit terhadap alam sekitar, kesihatan, dan isu sosial. Berselari dengan kajian-kajian sebelumnya, kajian ini mendapati para pengguna lebih banyak terlibat dengan pencarian

maklumat berkenaan produk makanan, dan label-label yang dipamerkan di atas makanan mereka menjadi sumber maklumat kepada pengguna. Namun begitu, label-label sebegini boleh menyebabkan pengguna menerima maklumat yang tidak berasaskan fakta dan berat sebelah terutamanya fakta yang berkaitan kesihatan.

Penggunaan label “bebas minyak sawit” juga didapati lebih mempengaruhi pengguna untuk membeli sesuatu produk berbanding label “menggunakan minyak sawit yang mapan” atau produk yang tidak menggunakan sebarang label berkenaan minyak kelapa sawit. Ini disebabkan selain faktor alam sekitar, faktor kesihatan juga memainkan peranan penting dalam pemilihan produk. Label penggunaan minyak sawit yang mapan hanya memfokuskan kepada amalan lestari yang memberikan kesan lebih positif kepada alam sekitar dan populasi manusia, tetapi ianya tidak dapat mengurangkan kerisauan pengguna mengenai kesannya terhadap kesihatan pengguna. Justeru, pihak pengeluar produk makanan menggunakan teknik pemasaran seperti penggunaan label “bebas minyak sawit” untuk menarik perhatian pengguna mengenai ketidakhadiran minyak sawit dalam produk mereka (Cristini et al. 2019).

McNamara (2010) dalam artikelnya membincangkan kes memanipulasi persepsi dan penyalahgunaan sains dalam membentuk persepsi negatif rakyat Amerika Syarikat mengenai impak penggunaan minyak sawit terhadap kesihatan pada 1980-an. Beliau menyatakan bagaimana terdapatnya unsur “perang dagang” di antara minyak sawit yang diimport dari negara-negara tropika dan minyak kacang soya keluaran Amerika Syarikat sendiri. Justeru, kempen-kempen terhadap keburukan minyak sawit dan kelebihan minyak kacang soya giat dijalankan melalui institusi-institusi tempatan seperti National Heart Savers Association dan Center for Science in the Public Interest dan menjadi polisi rasmi kerajaan walaupun kajian saintifik menunjukkan data sebaliknya. Ia menunjukkan bagaimana pihak industri dan pihak yang diberi kepercayaan boleh menyebarkan maklumat yang salah kepada orang awam demi kepentingan pihak-pihak tertentu. Justeru, amatlah penting terutama di zaman ini di mana media sosial, pseudosains, sumber Internet yang tidak disahkan, beban maklumat, dan pakar yang tidak bertauliah menjadi sumber maklumat kepada pengguna perlulah ditapis. Perkara ini disokong apabila lebih 80% koresponden dalam kajian Izzah, Noraida dan Er (2015) bersetuju supaya maklumat yang benar dan sahih mengenai kebaikan penggunaan minyak sawit dapat disampaikan kepada pengguna.

Faktor seterusnya adalah kesihatan, penggunaan minyak sawit dan persepsi pengguna terhadap kesan kesihatan. Ciri-ciri seperti “bebas lemak trans” menjadi faktor kesihatan mengapa pengguna memilih minyak sawit. Minyak sawit juga dianggap bersifat semula jadi (Aguiar, Martinez & Coleman 2017). Justeru, dapatan ini menunjukkan persepsi kesihatan memainkan peranan yang penting dalam kalangan pengguna.

Faktor pemakanan yang sihat juga merupakan faktor utama yang dititikberatkan oleh pengguna dalam memilih produk makanan mereka (Borello, Annunziata dan Vecchio 2019). Responden kajian didapati mempunyai kerisauan bahawa minyak sawit boleh memudaratkan kesihatan dan menyumbang kepada masalah peningkatan obesiti di kalangan masyarakat. Sebahagian responden yang lain pula mempunyai pandangan bahawa minyak sawit tidak memudaratkan kesihatan, namun seperti produk lemak tepu yang lain, ianya perlulah dimakan

dalam kuantiti yang sederhana. Secara umumnya, kajian ini mendapati pengguna mempunyai persepsi bahawa produk “bebas minyak sawit” adalah lebih sihat jika dibandingkan produk yang mengandungi bahan tersebut.

Dapatan Izzah, Noraida dan Er (2015) pula menunjukkan dalam memilih minyak masak kelapa sawit, faktor khasiat memainkan peranan yang tinggi dalam memilih minyak masak yang berkualiti. Menurut penulisan sekumpulan penyelidik yang diketuai oleh Timbalan Dekan (Inovasi dan Penyelidikan) Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Prof Dr. Ima Nirwana Soelaiman (2015) mendapati minyak sawit yang juga komoditi utama negara mempunyai kandungan vitamin E tinggi yang sememangnya kaya dengan ciri antioksidan. Vitamin E adalah vitamin larut lemak yang terbahagi kepada dua kumpulan besar iaitu tokoferol dan tokotrienol. Kajian mendapati bahawa aktiviti antioksidan bagi tokotrienol adalah lebih tinggi berbanding tokoferol dengan 50 kali ganda lebih kuat. Malah, keberkesanannya lebih tinggi daripada tokoferol sebagai ejen antiaterosklerosis, antikanser dan antihipertensi (Ima Nirwana 2015).

Menurut Fabio et al. (2019) mendapati bahawa perhatian kesihatan adalah pemacu utama niat pengguna untuk mengurangkan penggunaan minyak sawit; kedua pula sikap pengguna terhadap persekitaran dan keadilan sosial memberi kesan langsung kepada niat. Selain itu, pemacu ketiga adalah pemerolehan informasi yang memberi kesan langsung kepada niat; juga, sebahagiannya menjadi kesan pengantara keprihatinan persekitaran dan sosial, sedangkan ia sepenuhnya mempengaruhi kesan perhatian kesihatan.

Manakala, Guadalupe et al. (2019) telah menjalankan satu kajian bahawa persepsi pengguna terhadap penggunaan minyak sawit dalam produk makanan. Kajian ini telah dilakukan di negara Spain dan Peru di mana kedua-dua negara terlibat dalam pengeluaran dan import minyak sawit. Berdasarkan kajian, pengguna negara Peru menunjukkan kepentingan atau minat terhadap label dan maklumat yang berkaitan dengan nutriasi, khususnya nilai tenaga, lemak tepu dan gula. Namun demikian, bagi pengguna negara Spain pula, minyak sawit mempunyai pandangan negatif di mana ia dikenali sebagai antara minyak yang berkualiti rendah, merosakkan kesihatan bahkan membawa kemusnahan kepada alam sekitar.

Dalam menggalakkan kepenggunaan minyak sawit dalam kehidupan harian, kerajaan telah banyak menjalankan pelbagai inisiatif bagi mempromosikan kebaikan minyak sawit. Menurut kenyataan Yang Berbahagia Teresa Kok (2019) di keratan akhbar Sinar Harian menyatakan:

“Memang ada penyelidikan dibuat oleh pakar nutrisi di China berkenaan minyak sawit merah yang dapat membantu meningkatkan lagi penglihatan terutamanya kanak-kanak. Jadi apabila Perdana Menteri kata kena minum satu sudu setiap hari merujuk kepada minyak sawit merah atau dara,”

Hal ini jelas memperlihatkan betapa besarnya kebaikan dan manfaat penggunaan minyak sawit kepada perkembangan kesihatan individu yang baik. Menurut kenyataan *Malaysian Palm Oil Council* (2018), tahap aktiviti antioksidan yang tinggi membolehkan tokotrienol diserap dengan cepat dan menembusi lapisan dalam kulit manusia. Bila dimakan atau disapu, seseorang dapat

memiliki kulit yang sihat kerana mendapat perlindungan kesan negatif seperti kanser yang berpunca daripada pancaran sinar ultra violet (UV) melanoma dan kesan penyakit kulit lain. Bukan itu sahaja, minyak sawit juga terdapat pelbagai faedah dan kebaikan seperti perlindungan saraf, antikanser dan lain-lain untuk menjamin kesihatan yang lebih sihat. Hal ini kerana minyak sawit adalah berasaskan tumbuhan dan halal, di samping ianya tidak menimbulkan keraguan kepada pengguna. Selain itu, kos memproses minyak sawit yang murah menjadikan ia sebagai pilihan utama bagi rakyat Malaysia dalam memenuhi keperluan rakyat berikutan harga pasaran lebih murah berbanding minyak sayuran lain (Muhammad Nur 2015).

Seterusnya, kesedaran alam sekitar dan kelestarian industri mempengaruhi persepsi dan penggunaan minyak sawit. Terdapat hubungan di antara kesedaran alam sekitar dan persepsi pengguna terhadap minyak sawit. Menurut Aguiar, Martinez dan Coleman (2017), isu-isu seperti rampasan tanah, pembalakan, kemusnahan biodiversiti, amalan pertanian monokultur dan keterjaminan makanan memberikan persepsi yang negatif di kalangan pengguna berkenaan kelestarian industri minyak sawit. Persepsi negatif ini kemudiannya mempengaruhi sebilangan pengguna untuk tidak menggunakan produk-produk yang mempunyai kandungan minyak sawit sebagai salah satu langkah pengguna untuk memelihara alam sekitar.

Kajian Borello, Annunziata dan Vecchio (2019) pula mendapati isu-isu seperti kemusnahan hutan tropika, kehilangan biodiversiti, kesan terhadap alam sekitar, dan pengeksploitasian pekerja industri menjadi kekhuatiran pengguna dalam memilih produk berasaskan minyak sawit. Terdapat juga persepsi bahawa produk “bebas kelapa sawit” adalah lebih mesra alam sekitar. Di samping itu, minyak masak yang mesra alam dan botol minyak masak yang boleh dikitar semula juga mempengaruhi pengguna dalam memilih minyak masak kelapa sawit. Masing-masing mempunyai skor min yang tinggi dan sederhana dalam kajian Izzah, Noraida dan Er (2015). Bagi kajian Mirzaei dan Hossein (2019) ke atas data harga penutupan 55 stok minyak sawit yang berkaitan dengan syarikat pembeli dari 11 November 2010 hingga 11 Disember 2017 menunjukkan pilihan pengguna ke atas syarikat yang mematuhi amalan kelestarian dalam operasi global.

Menurut Oliver Pye (2018), perusahaan minyak sawit yang mampan adalah berdasarkan kepada terma yang dipersetujui oleh *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)*. RSPO memperakui monokultur skala besar sebagai "mampan" jika mereka memenuhi kriteria pengurusan tertentu, iaitu jika ia ditubuhkan sebelum tahun 2005 atau jika terdapat Hutan Nilai Pemuliharaan Tinggi (HCVF) dibiarkan kekal apabila ditubuhkan selepas tarikh pemotongan itu (Colchester et al. 2009). Lebih daripada 90% “kelapa sawit yang disahkan” berasal dari syarikat-syarikat transnasional yang menguasai inisiatif *multi-stakeholder* ini (Ruysschaert 2016). RSPO juga mengesahkan monokultur berskala besar adalah dari 5 hingga 10,000 hektar. Banyak syarikat yang terlibat dalam RSPO atau yang mengikuti piawaian *Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO)* membuat usaha untuk meningkatkan kelestarian ladang mereka dengan menggunakan Dasar Pembakaran Sifar dengan memelihara tompok hutan di atasnya ladang atau dengan menggunakan herbisid kurang daripada sebelumnya. Ahli RSPO juga bertujuan untuk mengelakkan penubuhan

ladang baru di kawasan dilindungi oleh hutan utuh atau di mana masyarakat tempatan mempunyai tuntutan untuk hakmilik.

Manakala, menurut Mohd Shaharin, Jennings dan Urnee (2014), bahan sampingan hasil daripada pemprosesan minyak sawit dihasilkan sebanyak 53 tan setahun dan dijangka akan meningkat naik kepada 100 juta tan pada tahun 2020. Peningkatan jumlah bahan sampingan hasil pemprosesan minyak sawit atau biojisim ini menjadikan ianya sebagai bahan bakar ganti yang boleh diperbaharui yang efektif. Bahan buangan daripada industri ini juga boleh digunakan sebagai sumber tenaga boleh baharu (biofuel) dan baja organik yang boleh menyumbang kepada amalan pertanian yang lebih mapan dan mengurangkan kebergantungan kepada sumber tenaga yang tidak boleh diperbaharui (Aguiar, Martinez dan Coleman 2017).

Salah satu faktor ekonomi mempengaruhi persepsi dan kepenggunaan minyak sawit adalah penjimatan. Kelapa sawit mempunyai pelbagai kegunaan sama ada dalam industri makanan atau bukan makanan. Justeru, ia boleh mengurangkan kos pengeluaran dan menurunkan harga-harga produk berasaskan kelapa sawit serta memberikan faedah kepada pengguna terutamanya mereka yang datang daripada latar belakang sosio-ekonomi yang rendah. Para responden bagi kajian Aguiar, Martinez dan Coleman (2017) menyatakan penjimatan dapat dilakukan melalui pembelian produk-produk ini, di samping mereka dapat menambahbaik kedudukan pendapatan keluarga mereka.

Pengalaman dalam industri minyak sawit yang melebihi 100 tahun mampu menjadikan Malaysia sebuah negara yang mempunyai kelebihan kompetitif di pasaran antarabangsa serta menjadi peneraju pasaran dari segi produktiviti dan R&D (Basri & Zaimah 2002). Pengalaman dan kepakaran Malaysia dalam bidang pemprosesan minyak sawit membuktikan bahawa minyak sawit Malaysia mempunyai kualiti dan mutu yang tinggi dan boleh dipercayai.

Sebagai penyumbang utama terhadap pertumbuhan sosio-ekonomi negara-negara pengeluar, industri minyak sawit membekalkan peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan. Faktor ini memberi persepsi yang positif kepada responden dalam kajian Aguiar, Martinez dan Coleman (2017). Menurut mereka yang mementingkan faktor sosio-ekonomi berbanding isu kelestarian, dengan menyediakan peluang pekerjaan, industri minyak sawit mampu menambahbaik taraf kehidupan penduduk tempatan dan menyumbang kepada kemajuan serta pembangunan negara pengeluar. Melalui persepsi ini, mereka melihat pembelian dan penggunaan produk-produk berasaskan minyak sawit dapat membantu mereka yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan industri tersebut. Polisi dan semangat patriotisme sesebuah negara juga turut mempengaruhi kerajaan di mana melalui Kementerian Industri Utama telah melancarkan kempen “Sayangi Minyak Sawitku” bagi memupuk semangat kebanggaan dan menghargai sumbangan serta faedah minyak sawit Malaysia kepada negara dan dunia. Kempen ini melibatkan aktiviti promosi dan fizikal yang menyasarkan pelbagai lapisan masyarakat. Ia merupakan satu tindak balas kepada kempen anti-minyak sawit yang boleh memberikan kesan negatif terhadap rakyat dan pertumbuhan negara (Berita Harian 2019).

Kempen secara berterusan oleh kerajaan turut dilaksanakan bagi tujuan meningkatkan dan mempamerkan semangat patriotisme dengan menggunakan barang tempatan. Kempen terbaru

adalah Karnival Kempen Beli Barangan Malaysia Peringkat Kebangsaan yang akan diadakan pada 30 Oktober sehingga 3 November 2019 bertempat di Dataran Angsana, Johor Bahru oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Penggun (KPDNHEP). Kempen Beli Barangan Malaysia (KBBM) tahun ini yang bertemakan #barangbaikbarangkita merupakan salah satu inisiatif kerajaan bagi membantu pengusaha-pengusaha, pengilang-pengilang dan produk-produk buatan Malaysia di negara ini.

Ketegangan diplomatik boleh mempengaruhi polisi sesebuah negara dan seterusnya mempengaruhi persepsi pengguna untuk bersifat patriotik terhadap negara mereka. Ucapan Tun Dr Mahathir Mohamad di Perhimpunan Agung Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNGA) berkenaan isu di Wilayah Kashmir telah menyebabkan ketegangan di antara Putrajaya dan New Delhi. Ia menimbulkan ura-ura wujudnya polisi pemboikotan minyak sawit Malaysia yang akan dikeluarkan oleh Perdana Menteri India, Narendra Modi (Anon 2019). Spekulasi ini telah pun memberi kesan apabila pengimport-pengimport di India sudah mula bertukar kepada bekalan daripada Indonesia berikutan kebimbangan jika berlakunya polisi pemboikotan terhadap Malaysia oleh kerajaan India (Anon 2019). Polisi Kesatuan Eropah terhadap minyak sawit juga mempengaruhi persepsi dan kepenggunaan masyarakat di Eropah. Resolusi Parlimen Eropah pada tahun 2017 mengenai pengurangan secara berperingkat penggunaan minyak sawit sebagai bahan api biologi (biofuel) menjelang 2030 dan beberapa penelitian lain yang berkaitan industri minyak sawit di Asia Tenggara dan Malaysia khususnya (Parlimen Eropah 2017) berupaya mewujudkan persepsi yang negatif terhadap produk ini.

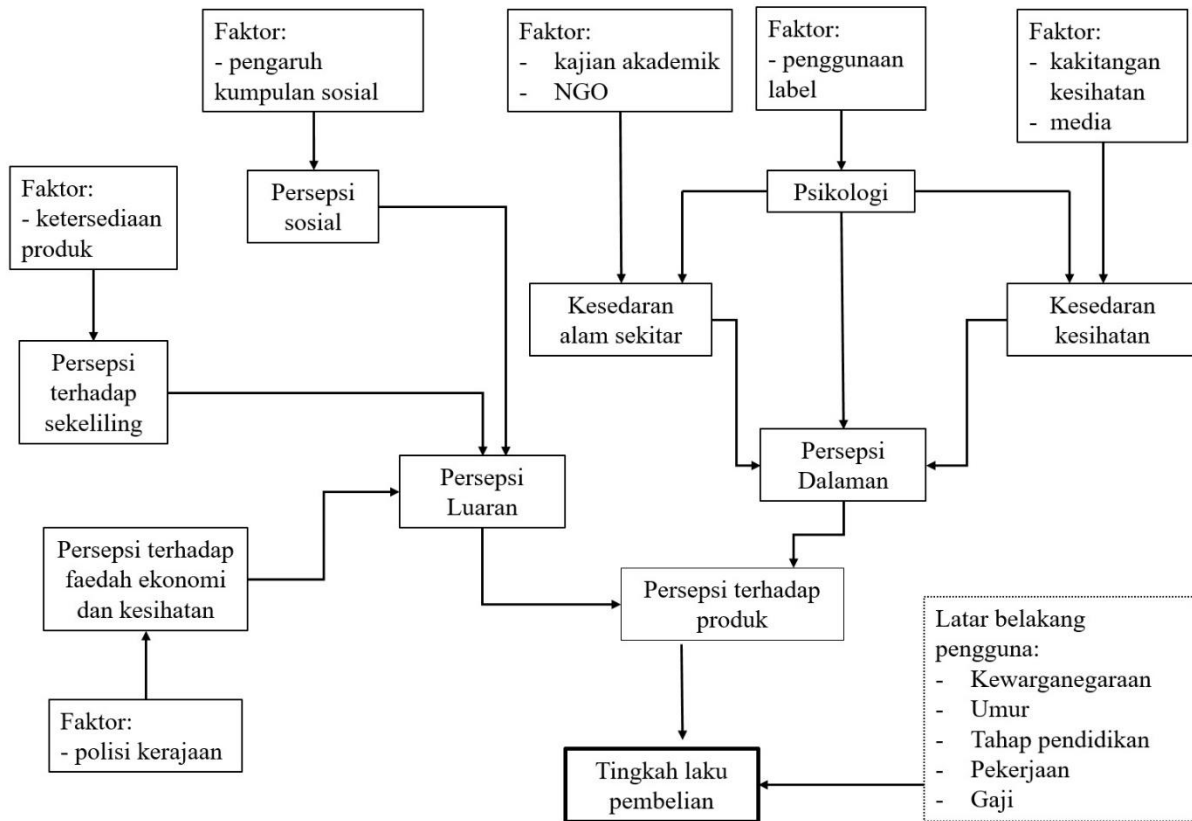
Kajian ini berbeza daripada kajian-kajian yang lepas dari segi responden, cara pengumpulan data dan juga teknik analisis data mentah kajian. Pengkaji telah membina satu kerangka yang merangkumi persepsi luaran, persepsi dalaman, serta faktor-faktor yang terlibat adalah sosial, psikologi, kesedaran kesihatan dan lain-lain. Berdasarkan kajian lepas yang telah dibincangkan di atas telah memfokuskan faktor dan persepsi, namun kajian ini telah merancang untuk membuatkan satu perbandingan antara pengguna tempatan dan antarabangsa tentang persepsi dalam pembelian produk sawit. Hasil ini bagi meneliti faktor latarbelakang pengguna yang boleh mempengaruhi tindakan pembelian mereka.

KERANGKA KONSEPTUAL

Rajah 1 memaparkan kerangka konseptual kajian di mana pengkaji telah membahagikan kerangka kepada beberapa tahap iaitu persepsi luar, dalaman, faktor dan tingkah laku pembelian. Menurut pengkaji, kesedaran alam sekitar ini mempengaruhi oleh faktor kajian akademik dan penglibatan badan bukan kerajaan (NGO), manakala faktor penggunaan label pula mempengaruhi kesedaran alam sekitar dari segi psikologi. Dalam aliran kerangka, kesedaran alam sekitar, psikologi dan kesedaran kesihatan memberikan impak kepada persepsi dalaman yang secara terus mempengaruhi persepsi produk yang memainkan peranan sebagai tindakan pembeli sama ada memilih produk sawit atau tidak. Tambahan pula, persepsi luaran juga memberikan impak dalam tingkahlaku pembelian pengguna dari segi faktor seperti persepsi sosial, sekeliling, persepsi faedah ekonomi dan kesihatan. Setiap elemen yang disertakan dalam kerangka mempunyai hubungan

langsung dan tidak langsung kepada tingkahlaku pembelian produk sawit akan dibincangkan dalam bahagian hasil perbincangan data kajian.

Rajah 1. Kerangka konseptual



Sumber: Diubahsuai daripada Teori Persepsi Pengguna dan kajian-kajian lepas mengenai Tingkah Laku Pengguna dan Tingkah Laku Pembelian.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kajian tinjauan (*survey research*). Menurut Mike Allen (2017), pendekatan kuantitatif digunakan bagi melihat peranan sesuatu fenomena atau kejadian yang mempengaruhi individu. Ia juga digunakan bagi mempelajari tentang sesuatu kumpulan manusia yang dipanggil sampel populasi. Hasil penyelidikan kuantitatif juga menentukan penjelasan mengenai apa yang penting dan tidak penting, atau apa yang mempengaruhi populasi tertentu. Hal ini bersesuaian dengan kajian ini yang memfokuskan terhadap golongan pengguna yang dibahagikan kepada dua, iaitu pengguna Malaysia dan pengguna antarabangsa. Seterusnya, kajian melihat peranan persepsi dan faktor-faktor yang

mempengaruhi persepsi terhadap produk minyak sawit oleh dua golongan ini. Pengumpulan data primer dan sekunder menggunakan teknik pengedaran borang soal-selidik dan kajian perpustakaan. Data primer dikumpul melalui kaedah borang soal-selidik. Borang soal-selidik diedarkan menerusi dua kaedah, iaitu secara bersemuka dan di atas talian. Teknik pensampelan yang dilakukan adalah secara rawak mudah. Dalam kajian ini, jumlah responden Malaysia terdiri daripada 79 orang, manakala 77 orang pula merupakan responden antarabangsa. Menurut Sekaran dan Bougie (2011) telah mencadangkan bahawa 30 sampel kajian bagi setiap satu variabel kajian adalah sangat mencukupi. Dalam kajian ini, pengkaji telah memilih lebih daripada 30 sampel kajian daripada kedua-dua sampel responden kajian, iaitu tempatan dan antarabangsa.

Data sekunder pula diperolehi melalui kajian kepustakaan. Kajian kepustakaan dilakukan bagi meninjau semula penulisan berbentuk buku, jurnal dan majalah akademik yang mempunyai maklumat mengenai bidang kajian ini. Kaedah ini membolehkan pengkaji mendapat maklumat mengenai teori dan hasil kajian yang dijalankan oleh para pengkaji terdahulu sama ada pengkaji luar negara atau di dalam negara. Kaedah ini membolehkan maklumat yang diperolehi dapat dijadikan sebagai panduan supaya kajian yang dilakukan adalah tidak sama atau bertindan. Melalui kajian kepustakaan, pengkaji akan mendapat gambaran awal serta idea untuk menghasilkan tajuk, objektif kajian, permasalahan kajian, kawasan kajian, metod kajian serta contoh soal-selidik untuk dijadikan panduan kepada penyelidik bagi menghasilkan dapatan dan perbincangan kajian yang baik dan menarik. Perbincangan tersebut akan mementingkan nilai akademik yang berlandaskan kepada data empirik, fakta, pembuktian, rasional, tidak *bias* serta menepati prosedur metod akademik berautoritatif dan yang sebenarnya. Data mentah hasil daripada borang soal-selidik diproses menggunakan perisian *Statistics Package for Social Science (SPSS)*.

Bahagian latarbelakang pengguna dianalisis menggunakan Jadual Bersilang (*Cross Tabulation*) dan Ujian Khi-Kuasa Dua Pearson bagi mengkaji darjah signifikan hubungan di antara latarbelakang pengguna dan pemilihan minyak masak sayuran. Pengkaji telah memilih analisis ini disebabkan oleh Ujian Khi Kuasa Dua Pearson adalah salah satu teknik analisis statistik yang mudah untuk menguji hipotesis kajian di mana pembolehubah yang nominal. Analisis ini juga berupaya menganalisis tahap hubungan signifikan antara dua pembolehubah yang dibandingkan dalam kajian (Mary L. 2013). Tingkah laku pembelian produk minyak sawit, persepsi, dan faktor yang mempengaruhi persepsi pula dianalisis menggunakan Pekali Korelasi Spearman. Ia akan menganalisis korelasi di antara persepsi dengan tingkah laku pembelian dan korelasi di antara faktor pengaruh dan persepsi.

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Latar belakang pengguna dan pemilihan minyak masak

Analisis ini dilakukan bagi melihat hubungan di antara pengaruh latarbelakang pengguna terhadap pemilihan lima jenis minyak masak sayuran iaitu minyak *Rapeseed* (Canola), minyak sawit, minyak zaitun, minyak bunga matahari, dan minyak kacang soya.

a. Jantina, umur, gaji, pekerjaan, dan tahap pendidikan.

Jadual 1 menunjukkan hubungan Khi-Kuasa Dua antara profil demografi pengguna Malaysia iaitu jantina, umur, gaji, pekerjaan dan tahap pendidikan menunjukkan hubungan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahawa elemen-elemen tersebut tidak mempengaruhi pemilihan minyak masak. Responden kajian antarabangsa juga menunjukkan hasil yang sama iaitu profil demografi tidak mempengaruhi pemilihan minyak.

Jadual 1: Hasil analisis Khi-Kuasa Dua di antara latarbelakang pengguna Malaysia terhadap pemilihan minyak

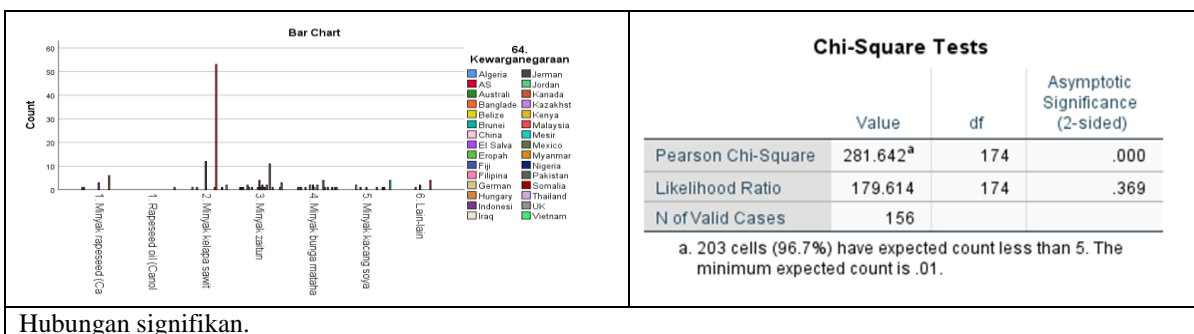
Latar belakang	Jumlah Signifikan	Jumlah Signifikan	Hubungan
	Tempatan	Antarabangsa	
Jantina	.761	.610	Tidak signifikan
Umur	.616	.446	Tidak signifikan
Gaji	.604	.914	Tidak signifikan
Pekerjaan	.526	.250	Tidak signifikan
Tahap pendidikan	.284	.908	Tidak signifikan

Ujian Khi-Kuasa Dua yang menggunakan Khi-Kuasa Dua Pearson (χ^2) menunjukkan kelima-lima faktor ini tidak mempengaruhi jenis minyak masak sayuran yang dipilih oleh pengguna. Walau bagaimanapun, responden kajian berbeza daripada latarbelakang berbeza, namun elemen tersebut tidak mempengaruhi pemilihan minyak.

i. Pengaruh kewarganegaraan dan benua

Ujian Khi-Kuasa Dua di antara pemilihan minyak dan kewarganegaraan menunjukkan bahawa pemilihan minyak dan kewarganegaraan mempunyai hubungan yang signifikan. Hal ini membuktikan latarbelakang tempat asal atau negara berasal memainkan peranan dalam pemilihan produk minyak. Berdasarkan Rajah 2, nilai p lebih rendah daripada tahap signifikan yang ditetapkan ($p < 0.05$) yang membuktikan kewarganegaraan dan pemilihan minyak saling berhubungkait, ($\chi^2(2) \geq 281.642$, $p = 0.00$).

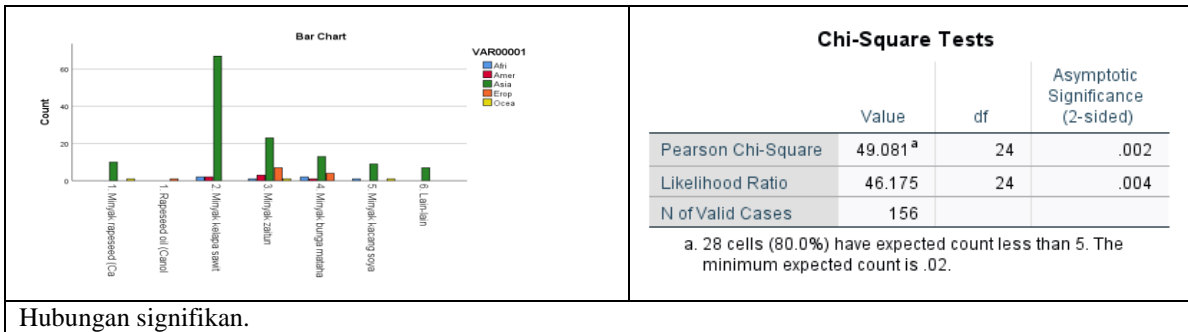
Rajah 2: Pengaruh kewarganegaraan dan benua



ii. *Ujian Khi-Kuasa Dua di antara pemilihan minyak dan benua*

Berdasarkan Rajah 3, pemilihan minyak dipengaruhi oleh benua asal seseorang pembeli di mana ($\chi^2(2) > 49.081$, $p = 0.02$). Bacaan ini mempunyai hubungan signifikan. Hasil kajian menunjukkan pembeli dari benua Asia adalah lebih tinggi dalam pemilihan minyak sawit berbanding dengan benua lain, malah pembeli dari benua Eropah tidak memilih minyak sawit yang disebabkan impak daripada fikiran negatif terhadap minyak sawit. Terdapat hubungan yang signifikan di antara kewarganegaraan dan benua yang diduduki pengguna terhadap pemilihan minyak masak sayuran.

Rajah 3: Pemilihan minyak dan benua



Hubungan signifikan.

b. *Persepsi dalaman*

Persepsi dalaman terdiri daripada aspek kesedaran kesihatan, kesedaran alam sekitar, dan psikologi penggunaan label. Jadual 2 menunjukkan keputusan ujian korelasi di antara produk minyak sawit, persepsi dan kesedaran alam sekitar. Manakala, persepsi pembeli terhadap produk sawit adalah produk minyak sawit lebih menyihatkan, kandungan lemak tepu dalam minyak sawit lebih menyihatkan dan produk minyak sawit adalah lebih mesra alam, manakala hanya dua persepsi sahaja mempunyai hubungan positif dengan pengguna yang mengatakan tiada masalah dalam pembelian produk minyak sawit iaitu produk minyak sawit lebih menyihatkan oleh pengguna Malaysia ($\chi^2(2) > 0.432$, $p = 0.001$), manakala pengguna antarabangsa pula mengatakan produk minyak sawit adalah bersifat mesra alam dan persepsi ini menjadikan tiada berlakunya masalah dalam pembelian mereka ($\chi^2(2) 0.243$, $p = 0.05$).

Jadual 2: Pekali korelasi Spearman di antara pembelian produk minyak sawit dan persepsi kesihatan dan kesedaran alam sekitar

Persepsi	Tiada masalah membeli produk minyak sawit	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Produk minyak sawit lebih menyihatkan	.432**	.156
Kandungan lemak tepu dalam minyak sawit lebih menyihatkan.	.139	.029

Produk minyak sawit lebih mesra alam sekitar.	.187	.243*
---	------	-------

Jadual 3 pula menunjukkan hubungan korelasi antara persepsi dengan psikologi penggunaan label. Malah hanya pengguna Malaysia sahaja menunjukkan hubungan positif salah satu persepsi produk yang mempunyai logo pensijilan lestari lebih menyihatkan dengan Pembelian produk minyak sawit yang mempunyai logo pensijilan lestari iaitu $\rho = 0.292$, $p = 0.001$).

Jadual 3: Pekali korelasi Spearman di antara pembelian produk minyak sawit dan psikologi penggunaan label

Persepsi	Pembelian produk minyak sawit yang mempunyai logo pensijilan lestari	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Produk yang mempunyai logo pensijilan lestari lebih menyihatkan.	.292**	-.023
Produk yang mempunyai logo pensijilan lestari lebih mesra alam sekitar.	.197	.140
Penggunaan produk yang mempunyai logo pensijilan lestari menyumbang kepada pemuliharaan alam sekitar.	.195	.125
Penukaran kepada amalan lestari menarik perhatian untuk membeli sesuatu produk.	.169	.114

c. Persepsi luaran

Persepsi luaran boleh dikategorikan sebagai persepsi sosial, persepsi terhadap sekeliling, dan faedah tambahan yang berdasarkan polisi kerajaan. Jadual 4 menunjukkan hubungan antara pembelian produk minyak kelapa sawit dan enam persepsi luaran. Manakala, lima daripada enam persepsi menunjukkan hubungan positif sama ada pengguna tempatan atau antarabangsa. Kebanyakan para pengguna menggemari sesuatu produk sekiranya ia mudah didapati di mana pembelian minyak sawit bagi pengguna Malaysia ($\rho = 0.295$, $p = 0.001$) dan pengguna antarabangsa ($\rho = 0.387$, $p = 0.001$) di mana kedua-duanya mempunyai hubungan positif. Namun demikian, persepsi pengguna bagi produk mudah didapati dan boleh dibeli dengan harga yang murah mempunyai hubungan positif dengan pembelian minyak sawit oleh pengguna Malaysia ($\rho = 0.333$, $p = 0.001$), namun bagi pengguna antarabangsa ia tidak menunjukkan sebarang hubungan yang signifikan.

Jadual 4: Pekali korelasi Spearman di antara pembelian produk minyak sawit dan persepsi luaran

Persepsi	Pembelian minyak sawit	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Sesuatu produk itu bagus sekiranya ahli keluarga dan sahabat menggunakannya.	.159	.078
Pengguna menggemari sesuatu produk sekiranya ia mudah didapati.	.295**	.387**

Sesuatu produk itu baik sekiranya ia mudah didapati.	.280*	.342**
Produk yang mudah didapati boleh dibeli dengan harga yang murah.	.333**	.018
Produk yang disyorkan kerajaan memberikan faedah ekonomi.	.385**	.328**
Produk yang disyorkan kerajaan memberikan faedah kesihatan.	.407**	.296**

d. Persepsi dalaman

i. Faktor kakitangan kesihatan dan media terhadap persepsi kesihatan

Jadual 5 menerangkan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dalaman iaitu persepsi kesihatan dengan faktor kakitangan kesihatan dan media pengiklanan. Berdasarkan kajian, setiap persepsi dan faktor menunjukkan hubungan positif sama ada pengguna tempatan dan antarabangsa. Bagi faktor media, mengiklankan dengan kandungan lemak tepu dalam minyak sawit lebih menyihatkan tidak mempunyai sebarang pengaruh terhadap pengguna antarabangsa.

Jadual 5: Pekali korelasi Spearman di antara persepsi kesihatan dan faktor yang mempengaruhi

Faktor	Produk minyak sawit lebih menyihatkan		Kandungan lemak tepu dalam minyak sawit lebih menyihatkan	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Pengsyoran doktor, pakar nutrisi, dan institusi kesihatan.	.454**	.322**	.372**	.445**
Media mengiklankan faedah kesihatan.	.365**	.269*	.454**	.183

ii. Faktor kajian akademik dan NGO terhadap persepsi kesedaran alam sekitar

Jadual 6 menunjukkan hubungan positif bagi setiap faktor dan persepsi kesedaran alam sekitar. Kajian akademik menyatakan produk minyak sawit lebih mesra alam dengan produk minyak sawit lebih mesra alam mempunyai hubungan positif di mana ia dibuktikan dengan faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna Malaysia ($\rho = 0.418$, $p = 0.001$) dan antarabangsa ($\rho = 0.365$, $p = 0.001$). Seterusnya, NGO menyatakan produk minyak sawit lebih mesra alam juga mempengaruhi persepsi produk minyak sawit lebih mesra alam dengan hubungan positif pengguna Malaysia ($\rho = 0.385$, $p = 0.001$) dan pengguna antarabangsa ($\rho = 0.460$, $p = 0.001$)

Jadual 6: Pekali korelasi Spearman di antara persepsi kesedaran alam sekitar dan faktor yang mempengaruhi

Faktor	Produk minyak sawit lebih mesra alam	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Kajian akademik menyatakan produk minyak sawit lebih mesra alam.	.418**	.365**
NGO menyatakan produk minyak sawit lebih mesra alam.	.385**	.460**

iii. *Faktor pelabelan oleh pihak pengeluar terhadap logo pensijilan lestari dan persepsi berkaitan kesihatan dan impak kepada alam sekitar*

Jadual 7 menunjukkan faktor pelabelan oleh pihak pengeluar terhadap logo pensijilan lestari dan persepsi berkaitan kesihatan dan impak kepada alam sekitar. Hasil kajian menunjukkan faktor pelabelan hanya mempengaruhi pengguna tempatan dengan label oleh pihak pengeluar meningkatkan keyakinan terhadap produk dan label pensijilan lestari mengurangkan impak negatif terhadap alam sekitar.

Jadual 7: Pekali korelasi Spearman di antara persepsi psikologi penggunaan label dan faktor yang mempengaruhi

Persepsi	Label oleh pihak pengeluar meningkatkan keyakinan terhadap produk		Label pensijilan lestari mengurangkan impak negatif terhadap alam sekitar	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Produk yang mempunyai logo pensijilan lestari lebih menyihatkan.	.353**	.065	.608**	.409
Produk yang mempunyai logo pensijilan lestari lebih mesra alam sekitar.	.382**	.173	.333**	.073
Penggunaan produk yang mempunyai logo pensijilan lestari menyumbang kepada pemuliharaan alam sekitar.	.347**	.236*	.300**	.210
Penukaran kepada amalan lestari menarik perhatian untuk membeli sesuatu produk.	.496**	.185	.409**	.097

e. *Persepsi luaran*

i. *Faktor kumpulan sosial terhadap persepsi sosial*

Berdasarkan Jadual 8, hubungan antara faktor kumpulan sosial terhadap persepsi sosial bagi faktor ahli keluarga dan sahabat kerap menggunakan produk minyak sawit dengan masyarakat sekeliling pengguna menggemari sesuatu produk sekiranya ia mudah didapati mempunyai hubungan positif yang mana ia mempengaruhi pengguna Malaysia ($\rho=0.409$, $p=0.001$). Manakala, bagi faktor ahli keluarga dan sahabat mengesyorkan produk minyak sawit dengan sesuatu produk itu bagus sekiranya ahli keluarga dan sahabat menggunakannya juga mempunyai hubungan positif, iaitu mempengaruhi pengguna Malaysia ($\rho =0.387$, $p=0.001$). Tambahan pula, faktor ahli keluarga dan sahabat mengesyorkan produk minyak sawit dengan masyarakat sekeliling pengguna menggemari sesuatu produk sekiranya ia mudah didapati mempengaruhi kedua-dua pengguna iaitu Malaysia ($\rho=0.404$, $p=0.001$) dan antarabangsa ($\rho =0.378$, $p =0.001$).

Jadual 8: Pekali korelasi Spearman di antara persepsi sosial dan faktor yang mempengaruhi

Faktor	Sesuatu produk itu bagus sekiranya ahli keluarga dan sahabat menggunakannya		Masyarakat sekeliling pengguna menggemari sesuatu produk sekiranya ia mudah didapati	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Ahli keluarga dan sahabat kerap menggunakan produk minyak sawit.	.148	.023	.409**	.161
Ahli keluarga dan sahabat mengesyorkan produk minyak sawit.	.387**	.208	.404**	.378**
Masyarakat sekeliling kerap menggunakan produk minyak kelapa sawit.	.292**	-.062	.346**	.086

ii. *Faktor ketersediaan produk terhadap persepsi sekeliling*

Jadual 9 menunjukkan bahawa faktor ketersediaan produk terhadap persepsi sekeliling tidak mempengaruhi pengguna tempatan dan antarabangsa. Faktor minyak sawit mudah didapati di kedai berhampiran dengan sesuatu produk itu baik sekiranya ia mudah didapati di sekeliling pengguna dan produk yang mudah didapati boleh dibeli dengan harga yang murah tidak mempengaruhi pengguna dalam membuat keputusan dalam pemilihan produk minyak sawit.

Jadual 9: Pekali korelasi Spearman di antara persepsi terhadap sekeliling dan faktor yang mempengaruhi

Faktor	Sesuatunya produk itu baik sekiranya ia mudah didapati di sekeliling pengguna		Produk yang mudah didapati boleh dibeli dengan harga yang murah	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Produk minyak sawit mudah didapati di kedai berhampiran.	-.030	-.099	.171	.221

iii. *Faktor polisi kerajaan terhadap persepsi faedah tambahan disebabkan polisi kerajaan*

Jadual 10 menunjukkan faktor kerajaan atau badan kerajaan mengesyorkan produk minyak sawit dengan produk yang disyorkan kerajaan memberikan faedah ekonomi mempengaruhi pengguna tempatan dengan nilai ($\rho = 0.367$, $p = 0.001$) dan juga faktor yang sama menunjukkan hubungan positif terhadap persepsi produk yang disyorkan kerajaan memberikan faedah kesihatan oleh pengguna tempatan iaitu $\rho = 0.342$, $p = 0.001$) tetapi pengguna antarabangsa tidak menunjukkan sebarang hubungan antara faktor dengan persepsi ini.

Jadual 10: Pekali korelasi Spearman di antara persepsi faedah tambahan disebabkan polisi kerajaan dan faktor yang mempengaruhi.

Faktor	Produk yang disyorkan kerajaan memberikan faedah ekonomi		Produk yang disyorkan kerajaan memberikan faedah kesihatan	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Kerajaan atau badan kerajaan mengesyorkan produk minyak sawit.	.367**	.098	.342**	.020

iv. *Faktor pengaruh sosial, ketersediaan produk, dan polisi kerajaan terhadap tingkah laku pembelian produk minyak sawit*

Jadual 11 menunjukkan faktor pengaruh sosial, ketersediaan produk, dan polisi kerajaan terhadap tingkahlaku pembelian produk minyak sawit. Hasil kajian menunjukkan pengguna Malaysia terpengaruh dengan faktor tersebut dan tiada sebarang perubahan terhadap pengguna antarabangsa. Pengguna Malaysia menunjukkan hubungan positif dengan ahli keluarga dan sahabat kerap menggunakan produk minyak sawit ($\rho = 0.578$, $p = 0.001$), produk minyak sawit mudah didapati di kedai berhampiran ($\rho = 0.395$, $p = 0.001$), dan kerajaan mengesyorkan penggunaan produk minyak sawit ($\rho = 0.664$, $p = 0.05$) terhadap pembelian minyak sawit.

Jadual 11: Pekali korelasi Spearman di antara faktor pengaruh sosial, ketersediaan produk, dan polisi kerajaan terhadap tingkah laku pembelian produk minyak sawit.

Faktor	Pembelian minyak sawit	
	Pengguna Malaysia	Pengguna Antarabangsa
Ahli keluarga dan sahabat kerap menggunakan produk minyak sawit.	.578**	.131
Produk minyak sawit mudah didapati di kedai berhampiran.	.395**	-.081
Kerajaan mengesyorkan penggunaan produk minyak sawit.	.664*	.127

PERBINCANGAN

Analisis menunjukkan terdapat pengaruh latarbelakang kewarganegaraan pengguna yang signifikan terhadap pemilihan dan penggunaan minyak masak sayuran. Hal ini menunjukkan situasi tempatan pengguna memainkan peranan yang besar terhadap pemilihan minyak masak. Hubungan ini seterusnya boleh mengecilkan skop kajian mengenai pengaruh persepsi luaran pengguna seperti pengaruh sosial, ketersediaan produk dan polisi kerajaan terhadap tingkahlaku pembelian produk minyak sawit yang akan dibincangkan dengan lebih lanjut dalam perbincangan seterusnya. Pengaruh persepsi dalaman terhadap tingkahlaku pembelian produk minyak sawit. Persepsi dalaman boleh dibahagikan kepada tiga, iaitu kesedaran kesihatan, kesedaran alam sekitar, dan psikologi penggunaan label.

Bagi persepsi kesihatan, pengguna Malaysia mempunyai persepsi kesihatan yang lebih positif terhadap produk minyak sawit berbanding pengguna antarabangsa. Persepsi kesihatan yang positif ini juga mempengaruhi pemilihan minyak masak sayuran pengguna Malaysia. Pandangan positif rakyat Malaysia terhadap impak kesihatan produk minyak sawit turut disokong oleh kajian Izzah, Noraida dan Er (2015) terhadap penduduk di Putrajaya di mana 88.9% pengguna bersetuju penggunaan minyak masak kelapa sawit adalah berkhasiat.

Terdapat perbezaan persepsi antara pengguna Malaysia dengan antarabangsa terhadap impak kesihatan produk minyak sawit. Pengguna Malaysia mempunyai persepsi yang positif, manakala pengguna antarabangsa mempunyai persepsi yang negatif. Namun begitu, kedua-dua persepsi tersebut tetap dipengaruhi oleh dua faktor yang sama, iaitu dipengaruhi oleh kakitangan kesihatan (dokter, pakar nutrisi, dan institusi kesihatan) dan pihak media. Oleh kerana fakta kesihatan merupakan fakta yang berasaskan sains dan kajian, percanggahan dalam situasi ini menimbulkan isu kebolehpercayaan terhadap kakitangan dan institusi kesihatan serta pihak media. Ia turut menimbulkan persoalan mengapa fakta kelebihan kesihatan minyak sawit kurang diketengahkan oleh kakitangan kesihatan dan pihak media di negara-negara lain. Situasi ini diberikan pencerahan oleh McNamara (2010) dalam kajiannya yang membincangkan kes pemanipulasian persepsi pengguna melalui institusi-institusi kajian dan perubatan di Amerika Syarikat (AS). Institusi-institusi ini didapati menyakinkan masyarakat awam mengenai impak kesihatan yang negatif dalam produk-produk makanan yang mengandungi minyak-minyak tropika (minyak sawit salah satunya) terhadap risiko pembentukan penyakit jantung. Perbuatan ini memberikan sorotan yang negatif terhadap status minyak sawit walaupun data menunjukkan

perkara yang sebaliknya. Sorotan negatif ini disemarakkan lagi oleh media-media tempatan dan mereka-mereka yang digelar sebagai “pakar kesihatan”. McNamara mendapati isu ini lebih kepada persaingan pasaran yang memainkan sentimen kesihatan. Hal ini kerana minyak-minyak yang berasal dari negara-negara tropika bersaing dengan minyak sayuran keluaran AS, iaitu minyak kacang soya yang sememangnya mempunyai kaitan dengan masalah kesihatan jantung. Justeru, sorotan yang negatif difokuskan kepada minyak-minyak tropika bagi mengalihkan tumpuan masyarakat daripada fakta negatif minyak kacang soya terhadap kesihatan. Perkara ini menunjukkan bahawa institusi yang sepatutnya berpegang kepada fakta telah menjadi instrumen propaganda pihak kerajaan bagi mencapai objektif ekonomi tertentu dan ini menjelaskan mengapa fakta kelebihan kesihatan minyak sawit tidak diuar-uarkan di kalangan penduduk di negara-negara tertentu.

Dari segi persepsi kesedaran alam sekitar, kedua-dua pengguna Malaysia dan antarabangsa mempunyai persepsi yang negatif terhadap impak produk minyak sawit. Namun begitu, persepsi negatif itu tidak menghalang pengguna Malaysia daripada memilih produk minyak sawit. Situasi ini berbeza dengan pengguna antarabangsa di mana persepsi alam sekitar itu memainkan peranan dalam pembelian produk minyak sawit. Hasil soal-selidik ini boleh membawa kepada dua perbincangan lanjut iaitu, perbezaan tahap kesedaran dan tindakan di antara pengguna Malaysia dan antarabangsa, dan sumber penyebab yang membentuk persepsi negatif terhadap impak penghasilan produk minyak sawit terhadap alam sekitar. Yang pertama, kedua-dua kumpulan pengguna mempunyai persepsi yang negatif mengenai kesan penghasilan produk minyak sawit, tetapi dari sudut tindakan (tingkahlaku pembelian produk minyak sawit), pengguna antarabangsa lebih ke depan dalam tindakan mereka untuk tidak membeli produk minyak sawit. Kesedaran dan keterdepanan masyarakat di negara Barat terutamanya dalam isu-isu alam sekitar membawa kepada tindakan memboikot produk minyak sawit dan penggubalan polisi perdagangan Kesatuan Eropah (Parlimen Eropah 2017). Kaji selidik yang dilakukan oleh Lee et al. (2015) mendapati kebanyakan orang dewasa di negara-negara maju mempunyai tahap kesedaran terhadap iklim yang lebih tinggi berbanding mereka yang tinggal di negara-negara membangun. Oleh itu, karya ini boleh menjelaskan mengapa persepsi kesedaran alam sekitar itu lebih mempengaruhi tingkahlaku pengguna di negara-negara barat seperti Eropah dan AS. Isu yang kedua ialah persepsi yang kurang tepat oleh pengguna Malaysia dan antarabangsa terhadap impak alam sekitar minyak sawit jika dibandingkan dengan minyak sayuran yang lain. Kajian yang dilakukan oleh Dumelin (2009) memberikan kesimpulan bahawa minyak bunga matahari, minyak *rapeseed*, dan minyak zaitun memberikan impak yang tinggi terhadap alam sekitar jika dibandingkan dengan minyak sawit. Ini kerana minyak-minyak tersebut memerlukan kadar baja dan racun perosak yang lebih tinggi dan lebih kerap. Hasil pengeluaran minyak-minyak tersebut bagi setiap hektar juga adalah kurang jika dibandingkan dengan penghasilan minyak sawit sehektar.

Persepsi alam sekitar pengguna Malaysia dan antarabangsa juga dipengaruhi oleh kajian akademik dan badan-badan bukan kerajaan (NGO). Dapatan ini disokong oleh penulisan McGrew (2008) yang menyatakan NGO, rangkaian advokasi, organisasi transnasional, dan kumpulan masyarakat sivil memainkan peranan yang signifikan dalam menggerakkan, mengaturkan, dan mengamalkan pengaruh mereka yang tersendiri di serata dunia. Hubungan, idea, dan kerjasama di kalangan NGO sama ada di Malaysia mahupun di luar negara dipermudahkan lagi dengan kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT). Keadaan ini membolehkan kesedaran alam sekitar itu disemaikan kepada masyarakat yang berbeza di serata dunia. Oleh itu, pengguna

tempatan mahupun luar negara mendapat kesedaran alam sekitar daripada rangkaian sumber yang sama. Artikel-artikel jurnal akademik turut membincangkan kesan-kesan negatif peladangan kelapa sawit terhadap alam sekitar seperti artikel Obidzinski et al. (2012) yang membincangkan isu-isu sosial dan persekitaran dalam peladangan minyak sawit bagi tujuan *biofuel* di Indonesia. Namun, seperti yang dinyatakan oleh Dumelin (2009), terdapat beberapa lagi minyak sayuran yang lebih merosakkan alam sekitar berbanding minyak sawit. Justeru, ahli akademik perlu lebih proaktif dalam menyeimbangkan pandangan sarjana yang lain bagi menyampaikan maklumat yang lebih menyeluruh kepada anggota masyarakat dalam membantu mereka membuat pilihan sebagai pengguna. Ia bagi menunjukkan persepsi masyarakat lebih mudah dipengaruhi oleh kesan-kesan buruk yang dapat dilihat seperti kebakaran hutan dan kematian haiwan berbanding kesan-kesan buruk yang tak terlihat seperti penggunaan baja dan racun perosak yang lebih tinggi seperti yang diamalkan oleh peladangan minyak sayuran yang lain.

Persepsi negatif di kalangan pengguna terhadap kesan kandungan minyak sawit terhadap kesihatan manusia dan alam sekitar membuatkan pihak pengeluar produk mengadaptasi strategi pemasaran mereka. Mereka menggantikan isi kandungan mereka dengan minyak sayuran lain dan menggunakan label “Tiada Minyak sawit” atau “*No Palm Oil*”. Ataupun mereka beralih kepada peladangan atau bekalan rantai minyak sawit yang telah dipersijilkan sebagai lestari dan menggunakan label seperti “*Certified Sustainable Palm Oil*” ke atas produk mereka. Walau bagaimanapun, penggunaan label ini boleh memberikan kesan psikologi kepada pengguna kerana secara automatiknya pengguna akan mengaitkan minyak sawit itu dengan aktiviti yang memudaratkan alam sekitar. Ini boleh menimbulkan konotasi negatif terhadap apa-apa yang dikaitkan dengan minyak sawit tanpa pengguna cuba untuk mencari fakta yang betul. Ostfeld et al. (2019) mendapati daripada 77% pengguna yang mempunyai kesedaran terhadap minyak sawit, 41% daripada jumlah itu mempunyai persepsi yang negatif terhadap minyak sawit. Ia merupakan satu jumlah yang agak tinggi dan menunjukkan impak penggunaan label terhadap persepsi pengguna. Walaupun syarikat produk menggunakan label “*Certified Sustainable Palm Oil*”, ia masih tidak mengurangkan persepsi negatif pengguna terhadap minyak sawit. Ia serupa dengan kajian Cristini et al. (2018) yang menunjukkan pengguna mempunyai persepsi risiko yang tinggi terhadap label “*with sustainable palm oil*” berbanding label “*palm oil free*”. Walau bagaimanapun, analisis kajian ini menunjukkan hanya persepsi kesihatan disebabkan penggunaan label memberikan pengaruh kepada pembelian produk minyak sawit di kalangan pengguna Malaysia. Secara umumnya, hubungkait penggunaan label dan kesedaran alam sekitar dan kesihatan tidak mempengaruhi pengguna Malaysia dan antarabangsa dalam tingkahlaku pembelian mereka.

Seterusnya adalah hubungan di antara penggunaan label dan tahap keyakinan pengguna terhadap produk serta kesan penggunaan label terhadap alam sekitar. Pengguna Malaysia berasa yakin dengan penggunaan produk yang mempunyai label sijil lestari, yang mana ia menyumbang kepada persepsi kesihatan dan alam sekitar yang lebih baik. Pengguna antarabangsa pula tidak menunjukkan korelasi (hanya satu korelasi yang rendah) di antara penggunaan label dan kesannya. Mereka berpendapat walaupun mempunyai label yang lestari, penggunaan minyak sawit masih mempunyai kesan yang negatif terhadap kesihatan dan alam sekitar. Pengaruh persepsi luaran telah mempengaruhi tingkahlaku pembelian produk minyak sawit. Persepsi luaran boleh dibahagikan kepada tiga, iaitu persepsi sosial, persepsi terhadap sekeliling, dan persepsi faedah tambahan yang disebabkan oleh polisi kerajaan.

Kedua-kedua pengguna Malaysia dan antarabangsa berpendapat penggunaan sesuatu produk oleh ahli keluarga dan sahabat tidak semestinya menunjukkan tahap kualiti produk tersebut dan hal ini tidak mempengaruhi pembelian produk minyak sawit. Walau bagaimanapun, kedua golongan pengguna mempunyai persepsi bahawa jika sesuatu produk itu mudah didapati, ia bermakna masyarakat di sekelilingnya menggemari produk tersebut, mempunyai kualiti yang baik serta boleh dibeli dengan harga yang murah. Produk yang disyorkan oleh kerajaan dipercayai memberikan faedah ekonomi dan kesihatan dan persepsi-persepsi ini memberi kesan terhadap tingkahlaku pembelian produk minyak sawit.

Faktor pengaruh kumpulan sosial seperti ahli keluarga, sahabat andai, dan masyarakat lebih mempengaruhi persepsi pengguna Malaysia berbanding pengguna antarabangsa. Kedua-dua golongan berpandangan bahawa faktor ketersediaan produk tidak mempengaruhi kualiti dan harga produk tersebut. Faktor polisi kerajaan pula membentuk persepsi pengguna Malaysia mengenai faedah kesihatan dan ekonomi, manakala tiada korelasi di antara polisi kerajaan terhadap manfaat tambahan di kalangan pengguna antarabangsa. Faktor-faktor seperti pengaruh ahli keluarga dan rakan, ketersediaan produk, dan polisi kerajaan sedikit sebanyak boleh mempengaruhi persepsi pengguna Malaysia terhadap sesuatu produk seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 9, 10, dan 11. Namun begitu, ketiga-tiga faktor ini mempunyai korelasi yang lebih tinggi terhadap terhadap tingkah laku pembelian pengguna Malaysia seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 12.

Hasil kajian ini menunjukkan walaupun faktor-faktor tempatan itu tidak semestinya mempengaruhi persepsi terhadap produk, akan tetapi pengaruh tempatan itu tetap kuat dalam menentukan tingkahlaku pembelian produk. Secara mudahnya, boleh dikatakan walaupun tidak memberi pengaruh yang ketara terhadap persepsi, ia memberi kesan yang signifikan dalam tindakan pengguna. Seperti yang dinyatakan oleh Bernstein (2012), norma adalah konsep yang dikongsi dengan tingkahlaku atau tindakan yang sesuai. Dalam konteks pentadbiran, norma ditakrifkan sebagai mengawal selia dan mengesahkan sesuatu identiti, minat, dan tingkahlaku. Sebagai contoh dalam kajian ini, ketiga-tiga faktor tempatan itu membentuk tingkahlaku pembelian mereka. Kepentingan norma dalam sesuatu polisi datang daripada penginstitutionan norma tersebut dalam bentuk undang-undang, institusi, dan wacana awam. Dalam kajian ini, tindakan pengguna Malaysia dibentuk oleh kempen yang digerakkan oleh kerajaan Malaysia dan pengguna Eropah juga dibentuk oleh polisi Kesatuan Eropah. Maka, norma adalah perkara utama dalam semua struktur pentadbiran kerana tujuan akhir sesuatu pentadbiran adalah untuk memandu semua lapisan masyarakat untuk bertindak ke arah matlamat atau nilai yang dikongsi bersama. Dalam kes pengguna Malaysia ini, ketiga-tiga faktor tempatan ini mendorong mereka ke arah pembelian produk minyak sawit bagi menyokong industri tempatan dan meningkatkan ekonomi negara serta mengelakkan kebergantungan terhadap minyak sayuran dari luar negara dan mengurangkan aliran keluar kewangan negara. Ia disokong lagi dengan artikel Kim et al. (2016) yang menyatakan norma sosial lebih cenderung untuk mendorong manusia untuk melakukan tindakan pro alam sekitar jika mereka tinggal di negara-negara kolektif (bukan individualistik) seperti negara Malaysia di mana pengaruh sosial terhadap tindakan adalah lebih tinggi berbanding kebimbangan peribadi.

KESIMPULAN

Tingkhilaku pembelian produk minyak sawit pengguna Malaysia dan antarabangsa dipengaruhi oleh kewarganegaraan dan persepsi dalaman dan luaran. Apabila membicarakan persepsi dalaman, ia menunjukkan bahawa persepsi pengguna boleh dibentuk berdasarkan fakta yang tepat dan salah. Kecelaruhan fakta ini boleh menimbulkan pelbagai persepsi walaupun membicarakan mengenai perkara yang sama. Justeru, bagi menangani jurang maklumat dan penyebaran maklumat yang salah, peranan institusi kesihatan, pihak media, kajian akademik, dan badan-badan bukan kerajaan (NGO) perlu diperhalusi dan dipantau bagi mengelakkan penyebaran fakta yang kurang tepat. Faktor kewarganegaraan dan persepsi luaran memainkan peranan yang lebih besar dan perbezaan yang ketara terhadap pengguna Malaysia dan pengguna antarabangsa. Ia menunjukkan faktor setempat seperti pengaruh kumpulan sosial, ketersediaan produk, dan polisi kerajaan atau negara masing-masing adalah lebih mempengaruhi tingkah laku pembelian pengguna. Kajian ini juga menunjukkan persepsi dalaman dan luaran boleh mempengaruhi tingkhilaku pembelian, tetapi faktor-faktor setempat itu lebih mempengaruhi tingkah laku pembelian pengguna terhadap produk minyak sawit.

PENGHARGAAN

Penulis ingin mengucapkan setinggi penghargaan kepada projek penyelidikan Kursi Endowmen MPOB-UKM EP-2017-028 dan EP-2019-001 di bawah kepimpinan Prof. Dr. Er Ah Choy dan Prof. Madya Dr. Hawati Janor untuk pembiayaan penyelidikan dan penerbitan artikel ini.

RUJUKAN

- Aguiar, L. K., Martinez, D. C., & Coleman S. M. Q. (2017). Consumer awareness of palm oil as an ingredient in food and non-food products. *Journal of Food Products Marketing* 24(3): 297-310.
- Anon. (2019). Dr M warns of possible trade sanctions on Malaysia. *The Star*, 21 Oktober. <https://www.thestar.com.my/news/nation/2019/10/21/dr-m-warns-of-possible-trade-sanctions-on-malaysia>
- Anon. (2019). Indian trade body asks palm oil importers to avoid Malaysian purchases. <https://www.livemint.com/market/commodities/indian-trade-body-asks-palm-oil-importers-to-avoid-malaysian-purchases-11571662977348.html> [22 Disember 2019].
- Berita Harian. (2019). Kerajaan lancar kempen 'Sayangi Minyak Sawitku'. Berita Harian. Diakses dalam <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2019/01/517625/kerajaan-lancar-kempen-sayangi-minyak-sawitku> [1 Oktober 2019]. <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain-lain/2019/01/517625/kerajaan-lancar-kempen-sayangi-minyak-sawitku>
- Noor Asmawati Abd Samad & Norfadilah Hashim. (2019). 2018 tahun mencabar, 2019 tahun harapan industri sawit. *Berita Sawit*, 2 Februari: 1. Diakses dalam http://mpob.gov.my/wp-content/uploads/2020/02/2019_bs_feb.pdf
- Basri Abdul Talib & Zaimah Darawi. (2002). An economic analysis of the Malaysian Palm Oil Market. *Oil Palm Industry Economic Journal*, Vol.2(1)/2002

- Benefits of Palm Tocotrienols in Health and Disease Management. (2018). Diakses dalam <http://mpoc.org.my/benefits-of-palm-tocotrienols-in-health-and-disease-management/gro>
- Bernstein, S. 2002. Liberal environmentalism and global environmental governance. *Global Environmental Politics* 2(3): 1-17.
- Borello, M., Annunziata, A., & Vecchio, R. (2019). Sustainability of palm oil: drivers of consumers's preferences. *Sustainability* 11(18).
- Colchester, Marcus, Patrick Anderson, Norman Jiwan, Andiko and Su Mei Toh. (2009). HCV and the RSPO: report of an independent investigation into the effectiveness of the application of High Conservation Value zoning in palm oil development in Indonesia, Forest Peoples Programme, HuMA, SawitWatch and Wild Asia, Moreton-in-Marsh.
- Cristini, G., Luceri, B., Latusi, S., Vergura, D. T., & Zerbini, C. (2019). Palm oil: with or without: The impact of claims on consumer perception. Kertas kerja persidangan XV Convegno Annuale della Societa Italiana di Marketing. Bari, Itali, 18-19 Oktober.
- Disdier, A.C., Marette, S. & Millet, G. (2013). Are consumers concerned about palm oil? Evidence from a lab experiment. *Food Policy* 43, pp. 180–189. http://annecelia.disdier.free.fr/Disdier_Marette_Millet_FP.pdf
- Dumelin, E. E. (2009). The environmental impact of palm oil and other vegetable oils. Kertas kerja SCI (Society of Chemical Industry) Conference on 'Palm Oil – the Sustainable 21st Century Oil – Food, Fuels & Chemicals. London, 23-24 Mac.
- European Parliament. (2017). <https://www.europarl.europa.eu/portal/en>.
- Ima Nirwana Soelaiman. (2015). Toketrienol: Vitamin E Sawit untuk Merawat Osteoporosis. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia. ISBN 9789674122782
- Izzah Syazwani Mohd Nasir, Noraida Abdul Rani, & Er, A. C. (2015). Faktor pemilihan minyak sawit dalam kalangan pengguna: Kajian empirikal di Putrajaya, Malaysia. *Geografia Online Malaysian Journal of Society and Space* 11(8):66-77.
- Kim, H. S., Sherman, D. K. & Ishii, K. (2016). Motivating eco-friendly behaviors depends on cultural values. <https://www.psychologicalscience.org/news/releases/motivating-eco-friendly-behaviors-depends-on-cultural-values.html> [9 Januari 2020].
- Lange F and Coremans L (2020) The role of consumer knowledge in reducing the demand for palm oil. *Environmental Conservation* page 1 of 5. doi: 10.1017/S0376892920000053
- Lee, T. M., Markowitz, E. M., Howe, P. D., Ko, C. Y. & Leiserowitz, A. A. (2015). Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world. *Nature Climate Change* 5: 1014-1020.
- Majalah Sains. (2019). Khasiat Sawit Boleh Ubati Osteoporosis. Diakses dalam <https://www.majalhsains.com/khasiat-sawit-boleh-ubati-osteoporosis/>
- Martin, S., Rieple, A., Chang, J., Boniface, B. & Ahmed, A. (2015). Small farmers and sustainability: Institutional barriers to investment and innovation in the Malaysian palm oil industry in Sabah. *Journal of Rural Studies Volume 40*, August 2015, Pages 46-58.
- Mary L. McHugh. (2013). The Chi-square test of independence. *Biochemia Medica* 23(2): 143-9.
- McGrew, A. (2008). Globalization and global politics. Dlm. Baylis, J., Smith, S. & Owens, P. (pnyt) *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, hlm. 16-33. Oxford: Oxford UP.
- McNamara, D. J. (2010). Palm oil and health: A case of manipulated perception and misuse of science. *Journal of the American College of Nutrition* 29(3): 240S-244S.

- Mike Allen. (2017). The SAGE Encyclopedia of communication research methods. DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781483381411.n293>.
- Mirzaei, M. & Hossein S.M.P. (2019). Measuring stock market connectedness among palm oil buyers: Do sustainability standards matter? *Journal of Cleaner Production* Volume 240, 10 December 2019,118266
- Merriam-Webster. (2019). Diakses dalam <https://www.merriam-webster.com/dictionary/consumerism>. Retrieved on 4 September 2020.
- Mohd Abdullah Jusoh, Ahmad Rafli Che Omar & Azhar Ahmad. (2017). Tahap Pengetahuan Pelajar dalam Industri Sawit di Malaysia. *Management Research Journal* 6, 154-162.
- Mohd Shaharin Umar, Jennings. P & Urmee. T. (2014). Sustainable electricity generation from oil palm biomass wastes in Malaysia: An industry survey. *Energy, Elsevier*, Vol. 67 (C), pp. 496-505.
- Muhammad Nur Bin Ruhaizad. (2015). *Kesan perubahan permintaan minyak sawit di Malaysia terhadap perubahan harga minyak sayuran lain*. In. Conference Proceedings of Social Sciences Postgraduate International Seminar (SSPIS). School of Social Sciences, Pulau Pinang, Malaysia, pp. 356-364. ISBN 978-967-11473-2-0.
- Obidzinski, K., R. Andriani, H. Komarudin, and A. Andrianto. (2012). Environmental and social impacts of oil palm plantations and their implications for biofuel production in Indonesia. *Ecology and Society* 17(1): 25. <http://dx.doi.org/10.5751/ES-04775-170125>.
- Ostfeld, R. Howarth, D., Reiner, D. & Krasny, P. (2019). Peeling back the label—exploring sustainable palm oil ecolabelling and consumption in the United Kingdom. *Environment Research Letter* 14(1): 014001. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aaf0e4>.
- Pye, O. (2019). Commodifying sustainability: Development, nature and politics in the palm oil industry. *World Development*, Vol. 121, pp. 218-228. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.02.014>.
- Ruyschaert, D. (2016). The impact of global palm oil certification on transnational governance, human livelihoods and biodiversity conservation. In. Castka, P. & Leaman, D. J. (Ed). *Policy Matters. IUCN Commission on Environmental, Economic and Social Policy*, pp. 45-58.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). *Research method for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons Ltd, United Kingdom.
- Sara Fabbri, Maria Cipollaro & Nicola Marinelli. (2019). The consumer perception of the presence of palm oil in food products: an exploratory study in Italy. *CALITATEA-ACCES LA SUCCES*, Vol. 20, PP. 249-254.
- Sugihartono, Kartika Nur Fathiyah, Farida Agus Setiawati, Farida Harahap & Siti Rohmah Nurhayati. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.

MAKLUMAT PENULIS

ER AH CHOY (Pengarang Koreponden)
Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran (SEEDS)
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
ever@ukm.edu.my

NUR ANISAH ABD. MANAN
Program Sarjana Pengurusan Persekitaran

Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p98455@siswa.ukm.edu.my

NORSURIANI MD SALEH

Program Sarjana Pengurusan Persekitaran
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p96553@siswa.ukm.edu.my

NOOR FATIN AZUA AB RAZAK

Program Sarjana Pengurusan Persekitaran
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p101789@siswa.ukm.edu.my

DING CHIN WEI

Program Sarjana Pengurusan Persekitaran
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
p98447@siswa.ukm.edu.my

AZHAR HJ. AHMAD

Kursi Endowmen MPOB-UKM,
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
azah@ukm.edu.my

HAWATI JANOR

Kursi Endowmen MPOB-UKM,
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan,
Universiti Kebangsaan Malaysia.
hawati@ukm.edu.my