

Tinjauan Awal Gelagat Pengguna Malaysia Terhadap Isu Penggunaan Beg Plastik

Consumer Attitudes on the Use of Plastic Bags in Malaysia: A Preliminary Study

SYAHIRAH CHE LAH & NORSHAMLIZA CHAMHURI

ABSTRAK

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk memerhatikan respons semasa, perubahan gelagat pengguna sewaktu berbelanja dan keberkesanan kempen selepas hampir sedekad dikenakan caj beg plastik RM0.20 dijalankan di Malaysia. Data kajian daripada 122 responden diperolehi secara kuantitatif melalui borang soal selidik atas talian. Hasil kajian mendapati budaya membawa beg sendiri masih janggal dalam kalangan masyarakat Malaysia meskipun majoriti pengguna mengetahui kewujudan Kempen Bebas Plastik. Perubahan gelagat pengguna adalah rendah kerana 62.3% pengguna masih tidak membawa beg sendiri atas alasan terlupa. Sebanyak 57.3% pengguna pula masih sanggup membayar caj RM0.20 bagi mendapatkan beg plastik. Hasil kajian turut mendapati bahawa pengguna lebih memilih untuk bergantung kepada inisiatif peniaga seperti menyediakan beg kertas dan kotak untuk pembeli. Melalui kajian ini juga, didapati media massa merupakan platform utama dalam menyebarkan maklumat dan mewujudkan kesedaran tentang alam sekitar. Pengguna menyokong polisi yang lebih ketat dan kenaikan caj beg plastik bagi setiap pembelian.

Kata kunci: beg plastik; caj plastik; gelagat pengguna; isu alam sekitar; kesedaran

ABSTRACT

This study was conducted to examine consumers' response, changes in their shopping behaviour and the effectiveness of the 'No Free Plastic Bag' campaign after almost a decade consumers were charged RM0.20 for using plastic bags. Data was collected from 122 respondents who answered an online questionnaire. The findings indicated that bringing your own shopping bag is not yet the culture in Malaysia despite that majority of consumers were aware of the campaign. Behavioural change is low as 62.3% of respondents routinely forget to bring their own shopping bags. More than half of the respondents (57.3%) are still willing to pay RM0.20 for a plastic bag. The findings of this research also revealed that consumers are too depending on retailers' green initiatives such as providing them with paper bags and boxes. Through this study, mass media plays a crucial role in disseminating information and creating environmental awareness among consumers. Many consumers voiced their support for a stricter regulation and to increase the current fee for each plastic bag purchased.

Keywords: Plastic bag; plastic charge; consumer behaviour; environmental issue; awareness

PENGENALAN

Penggunaan beg plastik amat sinonim dengan gaya hidup masyarakat Malaysia. Ciri-ciri beg plastik yang ringan, tahan lasak dan harga yang murah menjadikannya pilihan utama pengguna dalam urusan jual beli dan pembungkusan makanan. Namun begitu, sifat beg plastik yang utuh juga umpama musibah bagi alam sekitar kerana kesukaran untuk melupuskannya. Saban tahun anggaran penggunaan beg plastik adalah sekitar 1 trilion dan merupakan sisa yang tertinggi selepas sisa organik (Afroz et al. 2017). Pengurusan sisa pepejal yang kurang efisien (Moh & Manaf 2014) dan perundangan yang

longgar membuatkan Malaysia semakin terdedah dengan risiko pencemaran plastik.

Implikasi pencemaran plastik bukan sahaja menggugat ekosistem flora dan fauna, malah turut menjejaskan kesihatan manusia sendiri. Plastik yang diperbuat daripada rangkaian polimer memakan masa ratusan hingga ribuan tahun untuk mereput (Geyer et al. 2017). Sifat plastik yang ringan menjadikannya mudah diterbangkan oleh angin dan akhirnya terlepas ke lautan. Hidupan marin seperti penyu sering termakan sisa plastik sebegini kerana bentuknya seperti obor-obor. Pelupusan plastik di tapak pelupusan sampah bukanlah langkah terbaik kerana bahan kimia

daripada plastik mampu meracuni sumber air bawah tanah (Baker 2010). Pembakaran plastik juga tidak dibenarkan kerana prosesnya menghasilkan bahan toksik yang berbahaya bagi kesihatan manusia. Oleh kerana ketahanan polimer dan kesukaran dalam pelupusannya, proses kitar semula menjadi penyelesaian utama dalam pengurusan sisa plastik.

Terdapat pelbagai polisi alam sekitar yang telah diusahakan kerajaan seperti kempen 3R *Reduce, Reuse, Recycle*, akan tetapi kempen ini masih tidak berkesan bagi mengubah tabiat rakyat Malaysia (Abidin 2010). Kadar kitar semula di Malaysia hanyalah pada 5 peratus, yang mana jauh lebih rendah berbanding negara-negara jiran (Afroz et al. 2017). Pengurusan sisa pepejal di Malaysia semakin membimbangkan (Moh & Manaf 2014) kerana sebahagian besar sisa dibuang ke tapak pelupusan sampah. Meskipun terdapat tiga langkah pengurusan sisa pepejal iaitu kitar semula, insinerator dan tapak pelupusan. Sumber utama penghasilan sisa pepejal ini adalah kumpulan isi rumah; yang mana 70-80 peratus daripada sisa yang dibuang adalah barangan yang berpotensi untuk di kitar semula seperti sisa plastik (Moh & Manaf 2014). Ketempangan dalam pengurusan sisa pepejal di negara ini dibebankan lagi dengan isu pengimportan plastik secara haram.

Isu plastik semakin meruncing sehingga ke peringkat global kerana kesukaran dalam pelupusannya. Menyedari impak buruk sisa plastik, bermula Januari 2018, China telah melarang pengimportan sisa pepejal ke negaranya (Parker 2018). Natiujahnya, Malaysia menjadi 'tong sampah dunia' apabila menjadi destinasi utama negara-negara maju untuk melupuskan sisa buangan. Menurut laporan Greenpeace Malaysia (2018) dari bulan Januari hingga Julai 2018 sahaja hampir 200 juta metrik tan sisa plastik dari negara-negara luar telah diimport secara haram ke Malaysia. Lebih membimbangkan lagi apabila kilang-kilang haram ini menjalankan pengurusan sisa yang tidak efisien seperti pembakaran terbuka dan sanggup melanggar protokol alam sekitar demi mengaut keuntungan peribadi.

Bagi membendung masalah pencemaran dan mengurangkan penggunaan plastik di Malaysia, kerajaan telah melancarkan pelbagai kempen dan polisi alam sekitar. Antaranya adalah menerusi inisiatif monetari. Pada tahun 2009, Pulau Pinang menjadi negeri pertama di Malaysia yang menjalankan Hari Tanpa Beg Plastik diikuti oleh Selangor pada tahun 2011 yang mengadakan program Bebas Plastik. Pengguna yang ingin

mendapatkan beg plastik perlu membayar caj sebanyak RM 0.20 bagi setiap beg plastik. Bermula tahun 2017 kempen Bebas Plastik dijalankan pada setiap hari secara konsisten di Selangor. Penjual juga perlu mematuhi peraturan pengenaan caj tersebut atau dikenakan denda maksima sehingga RM1,000 sekiranya melanggar syarat pembaharuan lesen dan didapati menggunakan plastik (Ermizi 2016).

OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mendapatkan respons semasa pengguna mengenai usaha kempen Bebas Plastik terutamanya melalui pengenaan caj beg plastik sebanyak RM 0.20 di pasaraya besar. Kedua, memerhatikan perubahan gelagat pengguna sewaktu berbelanja selepas wujudnya kempen Bebas Plastik sama ada pengguna mula membawa beg sendiri atau masih sanggup membayar caj beg plastik. Akhir sekali, mengkaji keberkesanan serta sokongan pengguna terhadap usaha kerajaan dalam membendung isu alam sekitar. Pandangan pengguna mengenai kempen Bebas Plastik juga diambilkira bagi mengenalpasti potensi serta keberkesanan usaha alam sekitar yang lain seperti kempen pengharaman straw yang bakal dijalankan pada tahun 2020 (Khalid 2018).

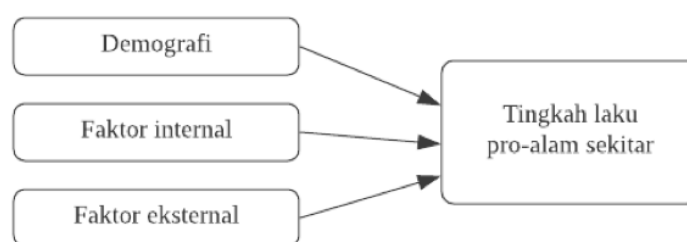
KAJIAN LITERATUR

Di Malaysia, beg plastik pada awalnya dibekalkan secara percuma kepada pengguna bagi memudahkan urusan membeli-belah. Namun atas kesedaran masyarakat global dan impak buruk penggunaannya ke atas alam sekitar, kerajaan mula mengorak langkah ke arah kelestarian alam sekitar. Di negara asing, pelbagai inisiatif bagi mengurangkan penggunaan beg plastik dijalankan seperti polisi pengharaman, pengenaan cukai, mewujudkan syarat minimum ketebalan beg, keperluan pendidikan pengguna dan program mandat pemulangan semula beg (Wagner 2017). Kempen dan insentif monetari adalah antara usaha yang kebiasaannya menjadi pilihan utama negara-negara maju dalam mengawal eksternaliti beg plastik. Menurut kajian Baker (2010) pengenaan cukai bagi penggunaan beg plastik adalah kaedah paling efisien dalam memberi impak terhadap kelakuan pengguna. Cukai juga menjadi langkah yang sangat efektif bagi mengalakkan penggunaan beg kitar semula (Rivers

et al. 2017). Sehubungan dengan itu, polisi Kempen Hari Tanpa Beg Plastik mula diperkenalkan di Pulau Pinang pada setiap hari Isnin bermula 6 Julai 2009 (Jabatan Kehakiman Syariah Negeri Pulau Pinang [JKSNPP] 2018) dan pada setiap hari Sabtu di negeri Selangor bermula 1 Januari 2010 sebagai usaha mengurangkan penggunaan beg plastik di Malaysia (Rohana Kamaruddin & Mazila Md Yusuf 2012).

Antara teori gelagat pengguna dalam isu alam sekitar adalah model 'kesedaran pro-alam sekitar' oleh Kollmuss dan Agyeman (2002) yang menyatakan terdapat tiga faktor mempengaruhi

motivasi individu untuk bertindak secara pro-alam sekitar iaitu (i) Faktor demografi, (ii) Faktor eksternal (budaya, ekonomi, institusi dan sosial), (iii) Faktor internal (motivasi, pengetahuan alam sekitar, kesedaran, sikap, emosi, lokus kawalan, tanggungjawab dan kepentingan penggunaan) (RAJAH 1). Kajian ini mengadaptasi model Kollmuss dan Agyeman (2002) dengan menambah beberapa faktor lain dalam pemerhatian seperti pengaruh kelakuan rakan dan keluarga di dalam faktor eksternal, dan kepentingan penggunaan serta rasa tanggungjawab dalam faktor internal.



RAJAH 1. Model Kesedaran Pro-Alam Sekitar
Sumber: Kollmus & Agyeman (2002)

RESPONS PENGGUNA

Pelbagai reaksi dan respons yang diterima daripada pengguna mengenai kempen Bebas Plastik di Malaysia. Meskipun kempen Bebas Plastik dilihat sebagai suatu usaha yang baik, namun usaha ini hanya dijalankan di beberapa negeri di Malaysia iaitu Pulau Pinang, Selangor, Melaka dan Perak. Kempen ini juga tidak terpakai bagi peniaga kecil-kecilan dan beberapa jenis barangan yang masih memerlukan plastik sebagai langkah keselamatan makanan bagi mengelakkan pencemaran silang (Shahariah et al. 2018). Justeru, kempen Bebas Plastik hanya dijalankan di pasaraya besar. Dalam masa yang sama, timbul rasa ketidakpuasan hati rakyat terhadap Kempen Bebas Plastik kerana penggunaan plastik masih dibenarkan dengan caj RM0.20 sen dan aliran hasil kutipan caj tersebut tidak dilaporkan secara jelas kepada umum.

Aliran hasil kutipan caj RM0.20 adalah bergantung kepada kerajaan negeri. Misalnya hasil caj RM0.20 di Selangor yang telah mencecah RM1.87 juta dalam tempoh 7 bulan dari tarikh perlaksanaanya digunakan untuk menampung kos peniaga dalam membekalkan beg plastik biodegradasi (Karim 2019) manakala hasil kutipan di Pulau Pinang dialirkan ke tabung Rakan Anti Kemiskinan (RAK) di bawah pemantauan Jabatan

Kebajikan Masyarakat (Kerajaan Negeri Pulau Pinang (Jabatan Taman Botani Pulau Pinang 2019). Walau bagaimanapun masyarakat tidak mengetahui aliran caj tersebut dan menganggapnya menjadi keuntungan pihak peniaga semata-mata. Pada awal pelancaran kempen, kajian oleh Rohana dan Mazila (2012) mendapati isi rumah di Selangor secara umumnya menyokong kempen Bebas Plastik yang dijalankan dan secara tidak langsung menjadi platform untuk mendidik masyarakat mengenai kesan buruk penggunaan plastik dalam jangka panjang.

Afroz et al. (2017) yang mengkaji kesedaran pengguna di Kuala Lumpur mendapati hanya 35% isi rumah yang sanggup untuk turut serta dalam kempen alam sekitar. Afroz et al. juga merumuskan pengguna yang lebih mengetahui dan yakin dengan pengetahuan yang dimiliki mempunyai atitud yang lebih positif terhadap aktiviti kitar semula. Motivasi menjadi salah satu penentu yang penting tetapi tiada kesan terhadap kelakuan kitar semula plastik.

PERUBAHAN GELAGAT PENGGUNA

Matlamat utama kempen Bebas Plastik adalah untuk mengurangkan penggunaan beg plastik dan pada masa yang sama untuk menggalakkan penggunaan beg sendiri sewaktu membeli belah.

Melalui pengenaan cukai beg plastik, kajian oleh Jakovcevic et al. (2014) mendapati sebahagian besar pengguna cenderung untuk membawa beg sendiri sewaktu membeli-belah selepas pengenaan cukai terhadap beg plastik dan perubahan gelagat tersebut bergantung kepada motivasi intrinsik atau ekstrinsik. Pengguna yang membawa beg sendiri didorong oleh motivasi intrinsik pro-alam sekitar dan ingin mengurangkan penggunaan beg plastik manakala pengguna yang tidak menyokong inisiatif tersebut cenderung menjadikan kos kewangan (ekstrinsik) sebagai alasan. Musa et al. (2013) mendapati 40% pengguna akan merasa tekanan jika juruwang bertanya sama ada pengguna ingin membeli beg serbaguna berbanding beg plastik. Selain kesedaran alam sekitar, tekanan sosial (Ari & Yilmaz 2017) juga perlu dalam usaha mengurangkan permintaan terhadap beg plastik. Namun, kajian oleh Afroz et al. (2017) mendapati sikap dan kesedaran rakyat Malaysia terhadap program Hari Bebas Plastik berada pada tahap yang tidak memuaskan, dan majoriti pengguna sanggup menukar tarikh berbelanja untuk mengelak daripada dikenakan caj beg plastik.

KEBERKESANAN DAN SOKONGAN

Kejayaan dalam polisi beg plastik jelas dapat dilihat di beberapa buah negara di serata dunia. Misalnya Convery et al. (2007) mendapati sikap orang awam serta pihak industri yang sangat positif dan menyambut baik inisiatif ini telah mendorong kepada pengurangan sebanyak 90% dalam penggunaan beg plastik di Ireland. Kadar penggunaan beg kitar semula di Wales juga meningkat dari 62% kepada 82% selepas pengenalan caj beg plastik (Poortinga et al. 2013). Kajian Martinho et al. (2017) di Portugis turut menunjukkan sambutan yang memberangsangkan mengenai perlaksanaan cukai beg plastik dan penyediaan alternatif lain kepada pengguna, dengan pengurangan sebanyak 74% dan peningkatan penggunaan beg kitar semula. Walau bagaimanapun tidak semua negara menerima respons positif daripada polisi tersebut. Misalnya kegagalan kempen bebas plastik di Botswana, Selatan Afrika yang membuktikan pentingnya penekanan terhadap pendidikan sebelum perlaksanaan undang-undang (Dikgang et al. 2012).

Keberkesanan kempen turut bergantung kepada jenis urusan jual-beli (Musa et al. 2013) kerana plastik masih menjadi pilihan untuk membawa makanan bagi mengelakkan pencemaran silang dan jual beli atas talian masih lagi menggunakan pembungkusan plastik tanpa alternatif lain. Kajian

Shahariah et al. (2018) menunjukkan kempen Bebas Plastik di Malaysia adalah 52.3% efektif namun kerajaan perlu mempertimbangkan kenaikan caj beg plastik. Pengguna masih sanggup membayar cukai sehingga 50% lebih tinggi daripada harga semasa demi mendapatkan beg plastik (Madigele et al. 2017). Justeru cadangan peningkatan cukai beg plastik bagi mengurangkan lagi penggunaan plastik sering diutarakan (Madigele et al. 2017 dan Shahariah et al. 2018). Dedikasi daripada pihak kerajaan (Convery et al. 2007) dalam memperluaskan kempen pendidikan serta kesedaran adalah penting dalam membentuk perubahan kelakuan pengguna bagi jangka masa panjang (Richards & Zen 2016).

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan kaedah pensampelan bola salji '*snowball sampling*' yang mana borang soal selidik yang dijana menggunakan perisian *Google Form* dan diedarkan melalui emel. E-mel yang mengandungi link *Google Form* dihantar kepada ahli keluarga, sahabat, dan rakan universiti pengkaji yang seterusnya turut menyebarkan borang soal selidik kepada orang ramai (Robson & McCartan 2016). Kaedah pensampelan bola salji mampu mendapatkan ramai responden pada kos yang rendah dan merangkumi kawasan yang jauh (Kumar 2010). Soal selidik atas talian membolehkan pengkaji mengawal kualiti data dan mengelakkan kes penduaan atau ralat '*missing*'. Walau bagaimanapun, kaedah ini mempunyai kelemahan yang mana dapatan kajian tidak boleh dijadikan generalisasi sesebuah populasi besar kerana kemungkinan berlaku bias pada sampel (Kumar 2010). Namun begitu, kaedah bola salji adalah mencukupi bagi kajian ini kerana ia hanya bertujuan bagi memerhatikan gelagat pengguna dan bukanlah untuk mewakili populasi yang besar. Antara kajian yang menggunakan kaedah bola salji tanpa mewakili populasi spesifik adalah Martinho et al. (2015, 2017) dan Maloney et al. (2013). Sejumlah 122 responden dapat direkodkan menerusi soal selidik kajian ini.

Soal selidik ini terbahagi kepada 4 bahagian iaitu Demografi, Respons Pengguna, Pengetahuan dan Kelakuan. Bahagian Demografi menyelidik latar belakang responden seperti jantina, usia, kaum, status, pekerjaan, tahap pendidikan dan pendapatan isi rumah. Bahagian Respons Pengguna mengkaji gelagat penggunaan beg plastik iaitu kekerapan responden membeli-belah, jumlah penggunaan plastik dan kesedaran mereka tentang kempen

bebas plastik secara umum. Bahagian Pengetahuan menguji pengetahuan responden mengenai ancaman dan isu pencemaran beg plastik secara global. Akhir sekali bahagian Kelakuan yang mana bertujuan untuk mengkaji sama ada pengetahuan pengguna seiring dengan kelakuan mereka dan melihat sejauh mana keberkesanan kempen beg plastik terhadap pengguna.

Analisis data terbahagi kepada dua iaitu deskriptif dan analisis min. Analisis deskriptif mengkaji frekuensi pengguna yang bersetuju atau tidak dengan pernyataan diberikan berdasarkan pilihan jawapan Ya atau Tidak. Analisis min pula dijalankan berdasarkan soalan skala Likert yang terdiri daripada pilihan 1 = Sangat Setuju, 2 = Setuju, 3 = Tidak Setuju dan 4 = Sangat Tidak Setuju.

ANALISIS DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Berdasarkan dapatan kajian, majoriti responden berada dalam lingkungan usia 19-29 tahun (73.0%) dan 30-59 tahun (25%). Majoriti responden adalah dalam kalangan belia dan dewasa. Lebih daripada separuh responden adalah kaum Melayu (86.1%) dan bujang (73.8%). Data juga menunjukkan 63.1% responden masih belajar, 16.4% pekerja swasta, 9.0% pekerja kerajaan, 3.3% bekerja sendiri dan 8.2% tidak bekerja. Sebanyak 45.9% responden mempunyai ijazah, manakala 28.7%, 12.3%, 9.0%, 2.5%, 1.6% masing-masing di peringkat STPM/Matrikulasi/Asasi/Diploma, SPM, Ijazah sarjana, PhD dan pendidikan rendah. Berdasarkan lingkungan pendapatan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia (2016), anggaran pendapatan isi rumah RM3890 dan ke bawah merupakan kumpulan B40, RM 3891-RM8319 adalah M40 serta kumpulan T20 yang berpendapatan RM8319 dan ke atas. Majoriti 62.3% responden terdiri daripada kumpulan B40, 28.7% M40 dan 9.0% kumpulan T20.

PROFIL RESPONDEN

JADUAL 1. Demografi Responden

| Jantina | Bilangan | Peratusan |
|-----------------------|----------|-----------|
| Perempuan | 101 | 82.8 |
| Lelaki | 21 | 17.2 |
| Usia | | |
| 18 tahun dan ke bawah | 3 | 2.5 |
| 19-29 tahun | 89 | 73.0 |
| 30 -59 tahun | 30 | 24.5 |
| 60 tahun ke atas | 0 | 0 |

bersambung ...

... sambungan

| | | |
|--------------------------------|-----|------|
| Kaum | | |
| Melayu | 105 | 86.0 |
| Cina | 6 | 4.9 |
| India | 10 | 8.2 |
| Melanau | 1 | 0.8 |
| Status | | |
| Bujang | 90 | 73.8 |
| Berkahwin | 32 | 26.2 |
| Pekerjaan | | |
| Masih belajar | 77 | 63.1 |
| Pekerja kerajaan | 11 | 9.0 |
| Pekerja swasta | 20 | 16.4 |
| Bekerja sendiri | 4 | 3.3 |
| Tidak bekerja | 10 | 8.2 |
| Tahap Pendidikan | | |
| Pendidikan rendah | 2 | 1.6 |
| SPM | 15 | 12.3 |
| STPM/Matrikulasi/Asasi/Diploma | 35 | 28.7 |
| Ijazah | 56 | 45.9 |
| Ijazah sarjana | 11 | 9.0 |
| PhD | 3 | 2.5 |
| Pendapatan Isi Rumah | | |
| RM 3890 dan ke bawah | 76 | 62.3 |
| RM3891 - RM 8319 | 35 | 28.7 |
| >RM 8320 ke atas | 11 | 9.0 |
| Jumlah | 122 | 100 |

Merujuk kepada Jadual 2, kajian mendapati kekerapan pengguna membeli-belah di pasaraya atau kedai serbaguna adalah 1-3 kali seminggu (57.4%) dan jumlah bilangan beg plastik yang digunakan setiap kali membeli-belah adalah 1-3 beg (76.2%). Hal ini bermakna secara puratanya penggunaan beg plastik bagi seorang pengguna adalah 242 beg dalam masa setahun. Majoriti orang awam (97.5%) mengetahui kewujudan kempen Bebas Plastik yang dijalankan di Malaysia namun masih ramai (62.3%) yang tidak membawa beg membeli-belah sendiri. Alasan utama pengguna adalah kerana terlupa untuk membawanya (54.9%), saiz beg yang tidak sesuai dengan jumlah barang yang dibeli (22.1%) dan kerana masih boleh membeli beg plastik (18.9%). Pengguna juga menyatakan pembelian yang tidak dirancang dan kesusahan untuk membawa beg sendiri sebagai salah satu faktor untuk tidak membawanya. Kempen Bebas Plastik tidak dinafikan oleh pengguna sebagai satu usaha yang baik, bahkan orang awam juga sememangnya mengetahui pelbagai kempen alam sekitar yang diusahakan oleh kerajaan seperti Kempen 3R (92.6%) dan Kempen

Cintailah Sungai Kita (74.6%). Media massa seperti televisyen dan sosial media (91%) merupakan platform informasi utama pengguna mengetahui kewujudan kempen Bebas Plastik, selain tempat membeli-belah (53.3%), media cetak (45.9%) dan pendidikan (41%). Menerusi media massa juga majoriti pengguna mengetahui bahawa plastik merupakan suatu ancaman alam sekitar (99.2%) dan wujudnya kesedaran untuk mengurangkan penggunaan beg plastik (96.7%). Pengguna turut bersetuju (95.9%) bahawa tanggungjawab menjaga alam sekitar tidak bergantung kepada kerajaan tetapi individu. Namun, sebahagian responden (26.2%) masih lagi memilih untuk membayar caj beg plastik berbanding membawa beg sendiri.

Tinjauan mendapati bahawa medium utama pengetahuan pengguna mengenai kempen-kempen alam sekitar di Malaysia adalah menerusi media massa, bersesuaian dengan kajian oleh Jamilah et al. (2011) yang mendapati media massa adalah platform yang efektif dalam penyampaian maklumat. Rohana dan Mazila (2012) juga merumuskan sebahagian besar rakyat Selangor sedia maklum dan menyokong kewujudan kempen Bebas Plastik di Malaysia sejak dari awal pelancarannya, namun kini tahap penggunaan beg plastik masih lagi tinggi. Secara umumnya caj RM 0.20 yang dikenakan masih tidak dapat mengurangkan penggunaannya (Muzamir 2019). Dapatan ini seiring dengan kajian oleh Shahariah et al. (2018) yang turut mendapati respons terlupa sebagai alasan utama pengguna. Budaya membawa beg sendiri sewaktu membeli-belah ternyata masih janggal dalam kalangan masyarakat. Selain itu, pengguna bersetuju bahawa tanggungjawab alam sekitar adalah tanggungjawab individu bukannya kerajaan semata-mata. Akan tetapi pengguna masih mengharapkan pihak peniaga untuk menyediakan inisiatif lain bagi beg plastik. Dalam erti kata lain, pengguna sebenarnya meletakkan tanggungjawab tersebut kepada pihak lain. Perlu diketahui bahawa inisiatif lain seperti beg kertas mempunyai impak alam sekitar yang lebih besar berbanding beg plastik kerana proses pembuatannya yang menggunakan pulpa. Justeru, beg guna semula kekal sebagai inisiatif terbaik kerana impaknya yang rendah terhadap alam sekitar berbanding beg plastik, namun manfaatnya bergantung kepada kadar penggunaan (Lewis et al. 2010).

RESPONS PENGGUNA

JADUAL 2. Respons Pengguna Terhadap Penggunaan Beg Plastik dan Kempen Bebas Plastik

| Kekerapan membeli-belah di pasaraya/ kedai serbaguna dalam tempoh seminggu | Bilangan | Peratusan |
|--|----------|-----------|
| Setiap hari | 5 | 4.1 |
| 4-6 kali seminggu | 10 | 8.2 |
| 1-3 kali seminggu | 70 | 57.4 |
| 0-1 kali seminggu | 37 | 30.3 |
| Jumlah bilangan beg plastik yang digunakan setiap kali membeli-belah. | | |
| Tiada | 10 | 8.2 |
| 1-3 beg plastik | 93 | 76.2 |
| 4 dan ke atas | 19 | 15.6 |
| Kaedah yang biasanya saya gunakan untuk membawa barang belian | | |
| Beg plastik pasaraya | 67 | 54.9 |
| Membeli beg membeli-belah (reusable bag) dari pasaraya | 8 | 6.6 |
| Menggunakan beg membeli-belah sendiri | 15 | 12.3 |
| Tidak menggunakan sebarang beg (bawa dengan troli / tangan) | 8 | 6.6 |
| Lain-lain: | 98 | 80.3 |
| Saya mengetahui kewujudan kempen Bebas Plastik di Malaysia | | |
| Ya | 119 | 97.5 |
| Tidak | 3 | 2.5 |
| Saya membawa beg membeli-belah sendiri | | |
| Ya | 46 | 37.7 |
| Tidak | 76 | 62.3 |
| Jika tidak, mengapakah anda tidak menggunakan beg membeli-belah sendiri? | | |
| Terlalu mahal | 4 | 3.3 |
| Terlupa untuk membawanya | 67 | 54.9 |
| Beg plastik masih boleh dibeli | 23 | 18.9 |
| Saiz yang tidak sesuai dengan jumlah barang yang dibeli | 27 | 22.1 |
| Tiada alasan | 17 | 13.9 |
| Lain-lain: | 3 | 2.5 |
| *Tidak menjawab soalan* (Guna beg sendiri) | 23 | 18.9 |
| Saya merasakan kempen beg plastik adalah usaha yang baik | | |
| Ya | 120 | 98.4 |
| Tidak | 2 | 1.6 |

bersambung ...

... sambungan

| | | | | |
|--|-----|-----------|-------|-----------|
| Selain kempen Bebas Plastik, saya juga mengetahui kempen alam sekitar yang dijalankan di Malaysia: | | | | |
| Kempen 3R (Reduce, Reuse, Recycle) | 113 | 92.6 | | |
| Kempen 'Earth Day' | 83 | 68.0 | | |
| Kempen Cintailah Sungai Kita | 91 | 74.6 | | |
| Kempen Pengumpulan Buangan Elektrik dan Elektronik dari Isi Rumah (e-Waste) | 33 | 27.0 | | |
| Kempen 'Say No To Straw' | 83 | 68.0 | | |
| Lain-lain: | 0 | 0 | | |
| Saya mengetahui kempen Bebas Plastik daripada: | | | | |
| Keluarga | 20 | 16.4 | | |
| Rakan-rakan | 24 | 19.7 | | |
| Media massa (TV, sosial media) | 111 | 91.0 | | |
| Media cetak | 56 | 45.9 | | |
| Pendidikan (sekolah, universiti) | 50 | 41.0 | | |
| Tempat membeli-belah (pasaraya, kedai serbaneka) | 65 | 53.3 | | |
| Lain-lain: | 0 | 0 | | |
| Saya mengetahui beg plastik adalah suatu bentuk ancaman bagi alam sekitar | | | | |
| Ya | 121 | 99.2 | | |
| Tidak | 1 | 0.8 | | |
| Saya ingin mengurangkan penggunaan beg plastik | | | | |
| Ya | 118 | 96.7 | | |
| Tidak | 4 | 3.3 | | |
| Pernyataan | Ya | Peratusan | Tidak | Peratusan |
| Menjaga alam sekitar adalah tanggungjawab kerajaan bukan saya. | 5 | 4.1 | 117 | 95.9 |
| Saya lebih memilih untuk membayar caj beg plastik berbanding membawa beg sendiri. | 32 | 26.2 | 90 | 73.8 |

PENGETAHUAN PENGGUNA

Berdasarkan Jadual 3, analisis kajian menunjukkan pengetahuan yang tinggi bagi item 'beg plastik boleh mengancam hidupan marin' iaitu dengan min 1.32, 'pereputan beg plastik memakan masa ratusan hingga ribuan tahun' dan 'pembakaran beg plastik menghasilkan bahan kimia yang berbahaya bagi manusia' kedua-duanya berada di min 1.36 yang menunjukkan bahawa orang awam sangat bersetuju dengan pernyataan tersebut. Walau bagaimanapun item 'hasil caj pengenalan beg plastik digunakan bagi

program kebajikan masyarakat peniaga' dan 'hasil caj pengenalan beg plastik adalah untuk keuntungan pihak peniaga semata-mata' berada pada min 2.07 dan 2.24 yang mana menunjukkan bahawa pengguna tidak mengetahui dengan jelas aliran caj beg plastik yang dikenakan ke atas mereka.

Meskipun pengetahuan pengguna mengenai ancaman plastik adalah tinggi namun pengguna tidak maklum mengenai saluran aliran caj yang dikutip. Aliran hasil kutipan caj tersebut adalah bergantung kepada pengurusan kerajaan negeri. Selangor menggunakan hasil tersebut untuk menampung kos penghasilan beg plastik biodegradasi (Karim 2019) manakala Pulau Pinang menggunakan hasil tersebut untuk program kebajikan masyarakat seperti RAK (Jabatan Taman Botani Pulau Pinang 2019). Kerajaan negeri wajar membuat laporan rasmi yang terperinci dan jelas kepada orang awam mengenai aliran wang tersebut.

JADUAL 3. Tahap pengetahuan responden mengenai ancaman beg plastik

| Pernyataan | Min | Sisihan piawai |
|---|------|----------------|
| Beg plastik boleh mengancam hidupan marin. | 1.32 | 0.534 |
| Pereputan beg plastik memakan masa ratusan hingga ribuan tahun. | 1.36 | 0.531 |
| Pembakaran beg plastik menghasilkan bahan kimia yang berbahaya bagi manusia. | 1.36 | 0.531 |
| Saya mengetahui tujuan kempen Bebas Plastik adalah untuk mengurangkan sisa pepejal. | 1.53 | 0.533 |
| Beg biodegrasi adalah pilihan yang lebih baik berbanding beg plastik biasa. | 1.61 | 0.661 |
| Beg plastik menjadi punca bencana alam seperti banjir. | 1.68 | 0.719 |
| Hasil caj pengenalan beg plastik digunakan bagi program kebajikan masyarakat peniaga. | 2.07 | 0.790 |
| Beg biodegrasi adalah tidak konvenien (nipis, mudah koyak). | 2.15 | 0.757 |
| Kempen Bebas Plastik hanya dijalankan di pasaraya besar sahaja. | 2.16 | 0.921 |
| Hasil caj pengenalan beg plastik adalah untuk keuntungan pihak peniaga semata-mata. | 2.24 | 0.891 |

Skala Likert : 1 = Sangat Setuju, 2 = Setuju, 3 = Tidak Setuju dan 4 = Sangat Tidak Setuju

KELAKUAN PENGGUNA

Jadual 4 menunjukkan item 'peniaga wajar mengiklankan peringatan bebas plastik bagi mengingatkan pengguna' dan 'saya lebih suka jika peniaga menyediakan inisiatif lain seperti kotak atau beg kertas' berada pada min 1.48 dan 1.50 membuktikan bahawa pengguna menerima

baik inisiatif lain selain beg plastik namun lebih meletakkan tanggungjawab usaha tersebut kepada pihak peniaga. Perkara ini mungkin disebabkan oleh kurangnya keyakinan pengguna terhadap impak perubahan yang bermula daripada tindakan individu. Item 'saya sayangkan alam sekitar tetapi tiada masa untuk mengamalkan aktiviti berkaitan' dan 'saya sayangkan alam sekitar tetapi tidak tahu saluran untuk menyumbang' masing-masing berada pada min 2.05 dan 2.13 yang mana menunjukkan sebahagian besar responden bersetuju dengan pernyataan tersebut. Min tertinggi adalah 3.12 yang mana membuktikan bahawa responden sangat tidak bersetuju dengan item 'menjaga alam sekitar tidak penting bagi saya'.

Respons pengguna terhadap usaha kelestarian alam sekitar didapati positif tetapi kurangnya pengetahuan mengenai saluran atau inisiatif yang boleh mereka lakukan. Kesedaran mengenai tanggungjawab untuk menjaga alam sekitar juga adalah tinggi. Pendidikan dan kempen mengenai pengurusan sisa sewajarnya diperluaskan kerana pengguna akan cenderung untuk mengamalkan usaha alam sekitar jika terdapatnya kemudahan infrastruktur dan dorongan daripada masyarakat sekitar (Mahadi et al. 2017; Khan et al. 2019).

JADUAL 4. Kelakuan responden

| Pernyataan | Min | Sisihan piawai |
|--|------|----------------|
| Peniaga wajar mengiklankan peringatan bebas plastik bagi mengingatkan pengguna. | 1.48 | 0.564 |
| Saya menyokong kempen Bebas Plastik dengan mengurangkan penggunaan beg plastik. | 1.50 | 0.549 |
| Saya lebih suka jika peniaga menyediakan inisiatif lain seperti kotak atau beg kertas. | 1.50 | 0.593 |
| Saya menerima idea penggunaan beg membeli-belah yang boleh diguna semula (reusable bag). | 1.57 | 0.544 |
| Saya merasakan penggunaan beg plastik sebagai suatu pencemaran. | 1.70 | 0.691 |
| Saya rasa masyarakat lebih menghormati orang yang menjaga alam sekitar. | 1.74 | 0.714 |
| Saya berasa bangga membawa beg membeli-belah sendiri kerana ia menunjukkan keprihatinan terhadap alam sekitar. | 1.79 | 0.730 |
| Saya sering terlupa membawa beg membeli-belah sendiri. | 1.80 | 0.735 |

bersambung ...

... sambungan

| | | |
|--|------|-------|
| Saya sanggup membayar bagi inisiatif lain (kotak, beg kertas). | 1.89 | 0.741 |
| Saya sayangkan alam sekitar tetapi tiada masa untuk mengamalkan aktiviti berkaitan (seperti kitar semula, bebas plastik) | 2.05 | 0.770 |
| Saya sayangkan alam sekitar tetapi tidak tahu saluran untuk menyumbang (tempat kitar semula, pengasingan sisa). | 2.13 | 0.823 |
| Saya merasakan penggunaan beg plastik lebih memudahkan dan efisien. | 2.22 | 0.755 |
| Saya tidak merasa terlalu terbeban dengan caj beg plastik RM0.20. | 2.34 | 0.700 |
| Saya sering membawa beg membeli-belah sendiri ketika berada di luar. | 2.38 | 0.775 |
| Saya sering mengingatkan rakan dan keluarga untuk membawa beg membeli-belah sendiri. | 2.43 | 0.862 |
| Keluarga saya membawa beg membeli-belah sendiri ketika berada di luar. | 2.46 | 0.773 |
| Rakan-rakan saya membawa beg membeli-belah sendiri ketika berada di luar. | 2.50 | 0.795 |
| Saya malu untuk membawa beg membeli-belah sendiri kerana orang lain tidak membawanya. | 2.74 | 0.801 |
| Menjaga alam sekitar tidak penting bagi saya. | 3.12 | 0.788 |

Skala Likert : 1 = Sangat Setuju, 2 = Setuju, 3 = Tidak Setuju dan 4 = Sangat Tidak Setuju

Kajian turut menyertakan soalan bagi mendapatkan pendapat responden mengenai pembelian atas talian sama ada ia dapat mengurangkan penggunaan beg plastik. Seramai 94 responden (77%) berpendapat yang mereka akan lebih banyak membeli-belah atas talian sekiranya ia mampu mengurangkan penggunaan beg plastik. Seramai 21 responden (17.2%) menjawab tidak bagi inisiatif tersebut dengan sebab keraguan kesahihan produk, tidak gemar membeli-belah atas talian, kesukaran mendapatkan produk secara atas talian, penghantaran produk yang turut menggunakan plastik, kualiti dan keselamatan yang tidak terjamin serta kesukaran untuk menganggar produk.

Secara umumnya, pengguna lebih gemar membeli-belah secara tradisional dan masih bergantung kepada penggunaan plastik. Pengguna menerima baik inisiatif lain yang mampu mengurangkan penggunaan beg plastik tetapi kebiasaannya pengguna tiada pilihan untuk menolak penggunaan beg plastik dalam kebanyakan pembelian atas talian.

JADUAL 5. Pendapat Pengguna Mengenai Pembelian Atas Talian

| Sekiranya pembelian secara atas talian (online shopping) dapat mengurangkan penggunaan beg plastik, adakah anda akan lebih memilih untuk membeli-belah secara atas talian? | Respon | Peratusan |
|--|--------|-----------|
| Ya, saya akan lebih banyak membeli-belah atas talian. | 94 | 77.0 |
| Tidak. (nyatakan di bahagian bawah) | 21 | 17.3 |
| Lain-lain | 7 | 5.7 |

Kesanggupan pengguna membayar bagi setiap beg plastik sewaktu membeli-belah diukur dengan skala mudah 1 (Sangat Rendah) hingga 5 (Sangat Tinggi) mendapati majoriti 79 responden (64.8%) sanggup membayar pada skala yang paling rendah dan hanya 5 responden (4.1%) yang sanggup membayar pada skala yang paling tinggi. Apabila melibatkan angka ringgit bagi kadar caj beg plastik yang wajar dikenakan, seramai 70 responden

(57.4%) bersetuju dengan caj RM0.20, 23 responden (18.9%) pada kadar RM 0.20 - 0.50 dan 29 responden (23.7%) bagi kadar RM0.50 - 1.00.-

Perkara ini menunjukkan bahawa kesanggupan untuk membayar bagi mendapatkan beg plastik adalah rendah (64.8%) dan majoriti pengguna (57.4%) masih tidak sanggup untuk dikenakan caj melebihi RM0.20. Walaubagaimanapun, seiring dengan peredaran masa, caj RM0.20 seakan tidak lagi relevan dalam kempen Bebas Plastik kerana pengguna tidak lagi merasakannya sebagai beban. Justeru sebahagian pengguna bersetuju dengan kenaikan caj bagi penggunaan beg plastik. Namun begitu, cadangan untuk menaikkan caj beg plastik kepada RM0.50 oleh kerajaan Pulau Pinang pula menerima reaksi yang negatif daripada pengguna kerana dianggap membebankan (Buletin Mutiara 2019). Rata-rata pengguna masih tidak mengetahui dengan mendalam tujuan kempen ini dijalankan dan hanya menganggapnya sebagai suatu beban kewangan terhadap rakyat.

JADUAL 6. Kesanggupan Membayar Pengguna

| Skala | 1 (Sangat Rendah) | 2 | 3 | 4 | 5 (Sangat Tinggi) |
|--|----------------------|------|------|-----|----------------------|
| Kesanggupan saya membayar bagi setiap beg plastik sewaktu membeli belah: | 79 | 19 | 18 | 1 | 5 |
| Peratusan: | 64.8 | 15.6 | 14.7 | 0.8 | 4.1 |

| Soalan | Bilangan | Peratusan |
|---|----------|-----------|
| Kempen Bebas Plastik wajar mengenakan caj beg plastik sebanyak: | | |
| RM0.20 | 70 | 57.4 |
| RM 0.20 - RM 0.50 | 23 | 18.9 |
| RM 0.50 - RM 1.00 | 29 | 23.7 |

Bahagian analisis keberkesanan kempen ditunjukkan dalam Jadual 7. Min tertinggi dicatatkan di item 'inisiatif kitar semula beg plastik perlu diperluaskan' sebanyak 1.32 dan item 'masyarakat perlu sentiasa diingatkan untuk membawa beg membeli-belah sendiri' iaitu 1.35 menggambarkan sokongan pengguna terhadap kempen bebas plastik. Responden kurang bersetuju (min = 2.38), dengan keberkesanan kempen bebas plastik di Malaysia. Item 'saya merasakan pengenaan caj straw plastik adalah lebih baik daripada pengharaman straw' dengan min 2.49 menunjukkan kebanyakan responden tidak bersetuju dengan pernyataan tersebut.

Kajian lepas Shahariah et al. (2018) menunjukkan keberkesanan kempen Bebas Plastik hanyalah pada kadar 52.3% yang mana masih belum boleh dibanggakan. Kajian ini membuktikan bahawa pengguna turut merasakan kempen bebas plastik kurang berkesan. Kajian Ari dan Yilmaz (2017) menunjukkan pengguna yang pro alam sekitar akan lebih gemar menggunakan beg sendiri sewaktu membeli-belah. Pandangan pengguna mengenai kempen bebas straw plastik pula mendapati pengguna lebih menyokong pengharaman straw berbanding pengenaan caj seperti beg plastik.

JADUAL 7. Keberkesanan kempen Bebas Plastik

| Pernyataan | Min | Sisihan piawai |
|---|------|----------------|
| Inisiatif kitar semula beg plastik perlu diperluaskan. | 1.32 | 0.486 |
| Masyarakat perlu sentiasa diingatkan untuk membawa beg membeli-belah sendiri | 1.35 | 0.497 |
| Saya yakin kempen Bebas Plastik dapat mengurangkan pencemaran alam sekitar. | 1.39 | 0.521 |
| Masih kurang kesedaran tentang kempen Bebas Plastik dalam kalangan masyarakat | 1.41 | 0.542 |
| Isu alam sekitar adalah sangat penting bagi saya. | 1.44 | 0.561 |
| Saya merasa dapat menyumbang kepada kelestarian alam sekitar setiap kali saya menolak penggunaan beg plastik. | 1.62 | 0.550 |
| Saya menyokong pengharaman straw yang bakal dijalankan pada tahun 2019. | 1.68 | 0.774 |
| Pengharaman beg plastik adalah lebih berkesan berbanding penganan caj beg plastik. | 1.79 | 0.763 |
| Saya menganggap caj beg plastik sebagai suatu bentuk denda bagi pengguna. | 1.82 | 0.793 |
| Saya sanggup membawa straw besi/kitar semula sendiri kerana faktor kebersihan | 1.88 | 0.849 |
| Saya merasakan kempen Bebas Plastik di Malaysia adalah berkesan. | 2.38 | 0.796 |
| Saya merasakan kempen bebas plastik hanya sekadar kempen 'Membeli Beg Plastik'. | 2.47 | 0.835 |
| Saya merasakan penganan caj straw plastik adalah lebih baik daripada pengharaman straw | 2.49 | 1.006 |
| Isu alam sekitar tidak terkesan dengan penggunaan beg plastik saya. | 2.70 | 0.959 |

Skala Likert : 1 = Sangat Setuju, 2 = Setuju, 3 = Tidak Setuju dan 4 = Sangat Tidak Setuju

Selain itu, kekerapan mengguna semula beg plastik adalah tinggi dalam kalangan pengguna dimana 61 orang (50%) mengguna semula lebih 2 kali, 53 (43.4%) hanya mengguna semula sekali dan 8 (6.6%) tidak menggunakan semula. Majoriti 114 responden (93.4%) menggunakan semula beg plastik sebagai beg sampah, 75 responden (61.5%) untuk penyimpanan barang dan 23 responden (18.9%) menggunakan semula sewaktu membeli-belah. Seramai 67 responden (54.9%) berpendapat kempen bebas plastik adalah usaha yang baik dan wajar diteruskan, 38 responden (31.1%) bersetuju pengharaman beg plastik lebih baik berbanding penganan caj beg plastik, 14 (11.5%) pula

menyokong penggunaan beg plastik wajar diteruskan dan tingkatkan caj, serta 3 (2.5%) berpendapat kempen bebas plastik adalah membebankan dan tidak wajar diteruskan.

Kekurangan pengetahuan dan kesedaran membuatkan pengguna tidak menyokong usaha alam sekitar dengan alasan kos kewangan (Jakovcevic et al. 2014). Hal ini mungkin dapat menjelaskan mengapa terdapat sesetengah pengguna (30.3%) yang berpendapat kempen Bebas Plastik wajar dihentikan. Insentif kewangan hanya berkesan untuk mengaktifkan motivasi individu pada awal fasa pelancaran kempen namun faktor motivasi intrinsik yang sebenarnya menjadi penentu perubahan tabiat pengguna dalam jangka masa panjang (Jakovcevic et al. 2014).

JADUAL 8. Pandangan Pengguna

| Soalan | Bilangan | Peratusan |
|--|----------|-----------|
| Kekerapan mengguna semula beg plastik | | |
| Tidak menggunakannya semula | 8 | 6.6 |
| Hanya menggunakannya semula sekali | 53 | 43.4 |
| Mengguna semula lebih 2 kali | 61 | 50 |
| Jika anda menggunakan semula beg plastik, apakah kegunaannya: | | |
| Gunakan semula sewaktu membeli-belah | 23 | 18.9 |
| Gunakan sebagai beg sampah | 114 | 93.4 |
| Penyimpanan barangan | 75 | 61.5 |
| Apakah pendapat anda tentang kempen Bebas Plastik? | | |
| Membebankan dan tidak wajar diteruskan | 3 | 2.5 |
| Usaha yang baik dan wajar diteruskan | 67 | 54.9 |
| Wajar diteruskan dan tingkatkan caj | 14 | 11.5 |
| Pengharaman beg plastik lebih baik berbanding penganan caj beg plastik | 38 | 31.1 |

Berdasarkan Jadual 9, responden bersetuju (48.4%) bahawa kempen Bebas Plastik tidak mengubah apa-apa kerana mereka masih membeli beg plastik. Seramai 63 responden (51.6%) bersetuju bahawa mereka lebih kerap membawa beg membeli-belah, 89 (73.0%) lebih merancang jumlah belian dan 79 (64.8%) tidak membawa beg tetapi tidak juga membeli beg plastik.

Melihat kepada Jadual 10, 113 responden (92.6%)

JADUAL 9. Perubahan cara membeli-belah pengguna.

| Kempen Bebas Plastik telah mengubah cara membeli-belah saya: | Setuju | Peratusan | Tidak Setuju | Peratusan |
|---|--------|-----------|--------------|-----------|
| Tidak mengubah apa-apa. Saya masih membeli beg plastik. | 59 | 48.4 | 63 | 51.6 |
| Saya lebih kerap membawa beg membeli-belah sendiri. | 63 | 51.6 | 59 | 48.4 |
| Saya merancang jumlah belian. | 89 | 73.0 | 33 | 27.0 |
| Saya tidak membawa beg tetapi tidak membeli beg plastik juga (gunakan troli dll). | 79 | 64.8 | 43 | 35.2 |

bersetuju dengan cadangan untuk memperluaskan kempen ke semua pasaran seperti pasar malam, gerai dan kedai runcit. Seramai 118 (96.7%) pula bersetuju dengan cadangan menukarkan semua beg plastik kepada beg biodegradasi, 96 (78.7%) meningkatkan caj dan menggunakan wang tersebut

untuk pemuliharaan alam sekitar serta 96 (78.7%) implementasi pengharaman beg plastik dengan menghentikan pengeluaran beg plastik secara menyeluruh. Akan tetapi terdapat 37 responden (30.3%) bersetuju bahawa kempen Bebas Plastik wajar dihentikan.

JADUAL 10. Perubahan dan Penambahbaikan Kempen Bebas Plastik

| Apakah perubahan yang anda harapkan daripada kempen Bebas Plastik ? | Ya | Peratusan | Tidak | Peratusan |
|--|-----|-----------|-------|-----------|
| Perluaskan kempen Bebas Plastik ke semua pasaran (pasar malam, gerai, kedai runcit). | 113 | 92.6 | 9 | 7.4 |
| Menukarkan semua beg plastik kepada beg plastik biodegradasi. | 118 | 96.7 | 4 | 3.3 |
| Tingkatkan pengenaan caj dan gunakan wang tersebut untuk pemuliharaan alam sekitar. | 96 | 78.7 | 26 | 21.3 |
| Implimentasi pengharaman beg plastik (hentikan pengeluaran beg plastik). | 96 | 78.7 | 26 | 21.3 |
| Kempen Bebas Plastik wajar dihentikan. | 37 | 30.3 | 85 | 69.7 |

Berdasarkan Jadual 11, didapati 67 responden (54.9%) merasakan inisiatif yang paling berkesan adalah pengharaman beg plastik secara menyeluruh maka pengguna tiada pilihan selain membawa beg sendiri, 21 (17.2%) tindakan sukarela atas kesedaran pengguna, 18 (14.8%) pasaraya dan kedai serbaneka menjual beg plastik atas permintaan pengguna sahaja dan 14 (11.5%) pengenaan caj yang tinggi sehingga pengguna lebih memilih untuk membawa beg sendiri. Responden turut mencadangkan penukaran beg plastik kepada beg kertas tahan lasak dan pemberian beg membeli-belah secara percuma kepada orang awam.

Dapatan pengguna bersetuju dengan perundangan yang lebih ketat adalah seiring dengan kajian Khan et al. (2019) yang menunjukkan sokongan terhadap perundangan ketat dalam pengurusan sisa pepejal di Malaysia. Walau bagaimanapun, sokongan perundangan tidak mencerminkan tindakan kerana hakikatnya tabiat pengguna masih belum berubah. Inisiatif cukai hanya akan menggalakkan pengguna yang sering membawa beg sendiri untuk lebih kerap

menggunakannya tetapi tidak mempunyai kesan kepada pengguna yang jarang membawa beg sendiri. Polisi tersebut juga didapati tidak akan memberi impak terhadap isi rumah dengan sosio-ekonomi yang rendah dan sederhana (Rivers et al. 2017). Kenaikan cukai dilihat wajar, namun perlu mengambil kira faktor-faktor sampingan agar kenaikan tersebut tidak menjejaskan matlamat kempen Bebas Plastik iaitu mewujudkan kesedaran alam sekitar dalam kalangan pengguna. Hal ini kerana kenaikan kadar cukai plastik di Botswana di Afrika Selatan telah membuktikan kenaikan harga plastik bukan penentu keberkesanan kempen, sebaliknya keperluan terhadap usaha pendidikan dan kesedaran bagi pengguna sebelum polisi dilancarkan (Dikgang et al. 2012). Kajian tempatan oleh Dato et al. (2020) juga mendapati pendidikan alam sekitar di sekolah masih di tahap yang kurang memuaskan dan memerlukan program yang berstruktur bagi mendidik penjagaan alam sekitar dari usia yang muda.

JADUAL 11. Pendapat Pengguna Mengenai Inisiatif Terbaik Mengatasi Isu Plastik

| Pada pendapat anda, apakah inisiatif yang paling berkesan bagi mengatasi isu pencemaran beg plastik? | Bilangan | Peratusan |
|--|----------|-----------|
| Tindakan sukarela (atas kesedaran pengguna) | 21 | 17.2 |
| Pasaraya dan kedai serbaneka menjual beg plastik mengikut permintaan pengguna sahaja. | 18 | 14.8 |
| Pengenaan caj yang tinggi sehingga pengguna lebih memilih untuk membawa beg sendiri. | 14 | 11.5 |
| Pengharaman beg plastik secara menyeluruh, maka pengguna tiada pilihan selain membawa beg sendiri. | 67 | 54.9 |
| Lain-lain cadangan. | 2 | 1.6 |

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Dapatan kajian ini memberi gambaran awal mengenai pandangan pengguna terhadap kempen Bebas Plastik di Malaysia. Kajian mendapati respons pengguna terhadap kempen alam sekitar adalah positif dengan majoriti pengguna mengetahui kewujudan kempen Bebas Plastik. Kesanggupan untuk membayar caj adalah rendah dan masih ramai pengguna tidak sanggup dikenakan caj melebihi RM0.20. Akan tetapi, budaya membawa beg sendiri masih janggal daripada rutin masyarakat dengan alasan terlupa untuk membawanya. Pengguna juga lebih bergantung kepada inisiatif peniaga untuk menyediakan alternatif lain bagi beg plastik seperti beg kertas, berbanding membawa beg sendiri. Sebahagian pengguna menyokong kenaikan caj dan perundangan yang lebih ketat seperti pengharaman menyeluruh terhadap penggunaan beg plastik.

Bagi penambahbaikan, pengkaji mencadangkan agar kempen Bebas Plastik diperluaskan ke seluruh Malaysia menerusi suatu polisi yang seragam dan pelancaran yang serentak. Kerajaan juga wajar memantau penggunaan plastik dengan lebih teliti dan merekodkan hasil kutipan caj dari setiap negeri. Matlamat kempen bebas plastik yang dijalankan kini, wajar diperhalusi semula sama ada ia benar-benar untuk menyelesaikan isu alam sekitar atau sekadar memenuhi gesaan agensi global. Pihak kerajaan perlu tegas dalam menerajui polisi alam sekitar kerana realitinya pencemaran plastik kini semakin membimbangkan. Kerjasama dan komitmen daripada pihak kerajaan, peniaga dan orang awam

adalah sangat penting bagi memastikan amalan kelestarian bukan sekadar gimik atau pengiklanan semata-mata.

Keperluan untuk menaikkan kadar cukai juga perlu dipertimbangkan semula agar pengguna lebih memilih untuk membawa beg sendiri berbanding membeli beg plastik. Kerajaan perlu membelanjakan sedikit peruntukan bagi usaha pendidikan dan kesedaran alam sekitar bagi masyarakat setempat terutamanya di kawasan luar bandar. Hal ini kerana kesedaran umum dan pendidikan yang bakal menentukan perubahan kelakuan pengguna dalam jangka masa panjang. Media massa adalah platform yang terbaik bagi menyebarkan kempen terutamanya dalam kalangan generasi muda. Di samping itu, infrastruktur seperti tempat kitar semula dan tong sampah berbeza jenis wajar diperluaskan di setiap daerah. Malaysia harus mewujudkan seorang pegawai bagi setiap daerah bagi tujuan pendidikan dan pendedahan secara praktikal kepada masyarakat mengenai amalan mesra alam sekitar. Seterusnya, cadangan untuk memberikan insentif monetari seperti pengurangan harga barangan berbanding pengenaan caj mungkin lebih efektif. Kajian yang lebih mendalam perlu dijalankan bagi melihat potensi inisiatif tersebut.

Limitasi kajian ini adalah dari aspek responden yang terhad dan majoritinya wanita. Teknik pensampelan bola salji juga tidak dapat menggambarkan populasi sebenar di Malaysia kerana soal selidik disebarikan secara atas talian dan lokasi sebenar responden tidak direkodkan. Namun kajian ini menyumbang dari aspek tinjauan pandangan dan gelagat pengguna yang lebih terperinci, di samping memerhatikan keberkesanan kempen serta keperluan dalam penambahbaikan polisi alam sekitar di Malaysia.

RUJUKAN

- Abidin, Z. 2010. Kempen kesedaran kitar semula gagal? *Utusan Malaysia*. Diperoleh daripada http://www1.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=1208&pub=Utusan_Malaysia&sec=Rencana&pg=re_07.htm
- Afroz, R., Rahman, A., Masud, M. M. & Akhtar, R. 2017. The knowledge, awareness, attitude and motivational analysis of plastic waste and household perspective in Malaysia. *Environmental Science and Pollution Research* 24(3): 2304-2315.
- Ari, E. & Yilmaz, V. 2017. Consumer Attitudes on The Use of Plastic and Cloth Bags. *Environment, Development and Sustainability* 19(4): 1219-1234.

- Baker, A. R. 2010. Fees on Plastic Bags: Altering Consumer Behavior by Taxing Environmentally Damaging Choices.
- Buletin Mutiara. 2019. Reaksi umum cadangan naikan caj beg plastik kepada 50 sen. 12 April.
- Convery, F., McDonnell, S. & Ferreira, S. 2007. The most popular tax in Europe? Lessons from the Irish plastic bags levy. *Environmental and Resource Economics*, 38(1): 1-11.
- Dato, J., Mahat, H., Hashim, M. & Yazid Saleh. 2020. Pengetahuan dan Amalan Penjagaan Alam Sekitar dalam Kalangan Pelajar Pra-Sekolah (Environmental Awareness and Practice among Preschool Student). *Akademika* 90(1): 3-13.
- Dikgang, J., Leiman, A. & Visser, M. 2012. Elasticity of demand, price and time: Lessons from South Africa's plastic-bag levy. *Applied Economics*, 44(26): 3339-3342.
- Ermizi Muhamad. 2016. Denda RM1000 jika peniaga langgar syarat pembaharuan lesen penggunaan plastik 2017. *SelangorKini*. 21 Disember.
- Geyer, R., Jambeck, J. R. & Law, K. L. 2017. Production, use, and fate of all plastics ever made. *Science Advances* 3(7): 25-29.
- Greenpeace Malaysia. (2018). *The Recycling Myth Malaysia and The Broken Global Recycling System*.
- Jabatan Kehakiman Syariah Negeri Pulau Pinang JKSNPP. (2018). Kempen Hari Tanpa Beg Plastik.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. 2016. *Laporan Penyiasatan Pendapatan Isi Rumah dan Kemudahan Asas*.
- Jabatan Taman Botani Pulau Pinang. 2019. Kempen Tanpa Hari Beg Plastik - Laman Web Rasmi Jabatan Taman Botani Pulau Pinang. *Jabatan Taman Botani Pulau Pinang*. http://botanicalgardens.penang.gov.my/index.php?option=com_content&view=article&id=82:kemp-en-hari-tanpa-beg-plastik&catid=11 [24 May 2019].
- Jakovcevic, A., Steg, L., Mazzeo, N., Caballero, R., Franco, P., Putrino, N., & Favara, J. 2014. Charges for Plastic Bags: Motivational and Behavioral Effects. *Journal of Environmental Psychology*, 40: 372-380.
- Jamilah, H. A., Hasrina, M., Hamidah, A. H. & Juliana, A. W. 2011. Pengetahuan, sikap dan amalan masyarakat Malaysia terhadap isu alam sekitar. *AKADEMIKA : Jurnal Sains Kemasyarakatan dan Kemanusiaan* 81(3): 103-115.
- Karim, L. A. A. 2019. Caj 20 sen beg plastik tampung sebahagian kos peruncit - Khalid. *Berita Harian*. Kuala Lumpur. Diperoleh daripada <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2019/03/540090/caj-20-sen-beg-plastik-tampung-sebahagian-kos-peruncit-khalid>
- Khalid, N. W. M. 2018, September. Pengharaman Straw Bermula 2020. *Utusan Online*. Retrieved from <http://www.utusan.com.my/berita/wilayah/kl-putrajaya/pengharaman-straw-bermula-2020-1.752675>
- Khan, F., Ahmed, W. & Najmi, A. 2019. Understanding consumers' behavior intentions towards dealing with the plastic waste: Perspective of a developing country. *Resources, Conservation and Recycling*, 49-58.
- Khan, I. N. G., Dahalan, W. S. A. W. & Nopiah, Z. M. 2019. A Survey on Perceptions of Legal and Non-Legal Factors Affecting Sustainable Solid Waste Management in Malaysia (Kaji Selidik Perspektif Faktor Undang-undang dan Bukan Undang-undang yang Mempengaruhi Kelestarian Pengurusan Sisa Pepejal di Malaysia). *Akademika* 89(2): 41-51.
- Kollmuss, A. & Agyeman, J. 2002. Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research* 8(3): 239-260.
- Kumar, R. 2010. *Research Methodology*, hlm. 3rd Edition. SAGE Publications Ltd.
- Lewis, H., Verghese, K., & Fitzpatrick, L. 2010. Evaluating the sustainability impacts of packaging: The plastic carry bag dilemma. *Packaging Technology and Science*, 23(3): 145-160.
- Madigele, P. K., Mogomotsi, G. E. J., & Kolobe, M. 2017. Consumer willingness to pay for plastic bags levy and willingness to accept eco-friendly alternatives in Botswana. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 15(3): 255-261.
- Mahadi, Z., Mohamad, R. J. & Sino, H. 2017. Public Development Sustainability Values: A Case Study in Sepang Malaysia. *Akademika* 87(2): 31-44.
- Maloney, E. K., Lapinski, M. K. & Neuberger, L. 2013. Predicting land use voting behavior: Expanding our understanding of the influence of attitudes and social norms. *Journal of Applied Social Psychology* 43(12): 2377-2390.
- Martinho, G., Balaia, N. & Pires, A. 2017. The Portuguese plastic carrier bag tax: The effects on consumers' behavior. *Waste Management* 61: 3-12.
- Martinho, G., Pires, A., Portela, G. & Fonseca, M. 2015. Factors affecting consumers' choices concerning sustainable packaging during product purchase and recycling. *Resources, Conservation and Recycling* 103: 58-68.
- Moh, Y. C. & Manaf, L. A. 2014. Overview of Household Solid Waste Recycling Policy Status and Challenges In Malaysia. *Resources, Conservation and Recycling* 82: 50-61.
- Musa, H. M., Hayes, C., Bradley, M. J., Clayton, A., & Gillibrand, G. 2013. Measures Aimed at Reducing Plastic Carrier Bag Use: A Consumer Behaviour Focused Study. *Natural Environment*, 1(1): 17.
- Muzamir, M. Y. 2019. Caj beg plastik belum dapat kekang penggunaan. *Berita Harian*. George Town. Diperoleh daripada <https://www.bharian.com.my/berita/wilayah/2019/03/547048/caj-beg-plastik-belum-dapat-kekang-penggunaan>
- Parker, L. 2018. China's ban on trash imports shifts waste crisis to Southeast Asia. *National Geographic*. <https://www.nationalgeographic.com/environment/2018/11/china-ban-plastic-trash-imports-shifts-waste-crisis-southeast-asia-malaysia/>
- Poortinga, W., Whitmarsh, L., & Suffolk, C. 2013. The introduction of a single-use carrier bag charge in Wales: Attitude Change and Behavioural Spillover Effects. *Journal of Environmental Psychology* 36: 240-247.

- Richards, C. & Zen, I. S. 2016. From surface to deep corporate social responsibility. *Journal of Global Responsibility*, 7(2): 275-287.
- Rivers, N., Shenstone-Harris, S., & Young, N. 2017. Using nudges to reduce waste? The case of Toronto's plastic bag levy. *Journal of Environmental Management*, 188: 153-162.
- Robson, C. & McCartan, K. 2016. Real World Research, hlm. 4th Edition. Wiley
- Rohana Kamaruddin & Mazila Md Yusuf. 2012. Selangor Government's "No plastic Bag Day" Campaign: Motivation and Acceptance Level. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 42: 205-211.
- Shahariah Asmuni, Jamaliah Mhd. Khalili, Nur Bashirah Hussin, & Zahariah Mohd Zain. 2018. Consumer Participation and Effectiveness of the No Plastic Bag Day Program in Malaysia. *Asian Journal of Behavioural Studies*, 3(10): 33.
- Wagner, T. P. 2017. Reducing single-use plastic shopping bags in the USA. *Waste Management*, 70, 3-12.
- Syahirah Che Lah (*corresponding author*)
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Malaysia
Email: nursyahirahchelah1@gmail.com
- Norshamliza Chamhuri
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Kebangsaan Malaysia
Malaysia
Email: norshamliza@ukm.edu.my
- Received: 25 Julai 2019
Accepted: 22 February 2021