

# KESANGGUPAN MEMBELI MAKANAN ORGANIK DALAM KALANGAN PENGGUNA DI IPOH, PERAK

Norhamizah Ishak  
Zuroni Md Jusoh  
Fakulti Ekologi Manusia  
Universiti Putra Malaysia

## Pengenalan

Makanan merupakan salah satu keperluan asas kepada manusia. Hal ini kerana tubuh badan manusia memerlukan makanan untuk membolehkannya berfungsi. Sehubungan itu, makanan juga memberi tenaga kepada manusia untuk membesar, membiak, dan menjalankan segala aktiviti sepanjang proses kehidupan (Nurizan dan Mohd Amim, 2002). Pengguna mempunyai hak untuk mendapat keperluan asas seperti makanan dan hak untuk mendapatkan makanan yang selamat. Hal ini adalah termasuk dalam lapan Hak-hak Pengguna dibawah Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi, dan Kepenggunaan, 2011).

Sejak kebelakangan ini, permintaan terhadap makanan organik semakin meningkat. Hal ini berikutan peningkatan kesedaran umum mengenai kesihatan diri serta kepentingan menjaga alam sekitar (Rohaniza, 2010). Pengguna mengetahui bahawa kebanyakan makanan, terutama sayur-sayuran yang dijual di pasar mengandungi banyak bahan perosak dan boleh mendatangkan kemudaratan kepada kesihatan tubuh badan untuk jangka masa yang panjang (Wan Mansor, 2004).

Ketulenan makanan organik dapat dikenal pasti dengan menjalankan analisis kimia ataupun penyelidikan terhadap proses penghasilan ladang-ladang organik. Namun begitu, bagi pengguna cara yang paling mudah adalah dengan membaca label pada bungkusan makanan tersebut. Hal ini dapat dikenal pasti kerana kebanyakan makanan organik yang berada di pasaran dibungkus secara berasingan dan dilabelkan. Label mampu membantu pengguna untuk mendapatkan maklumat kerana pengeluar perlu memastikan supaya makanan yang dilabelkan 100 peratus organik pada bungkusan makanan hendaklah mengandungi 100 peratus organik. Manakala, sekiranya makanan organik tersebut dilabel sebagai 70 peratus maka makanan tersebut

perlulah mengandungi 70 peratus organik (Wan Mansor, 2004). Maklumat tersebut penting bagi memastikan pengguna mendapat maklumat yang tepat dan tidak berasa tertipu. Pengguna juga boleh mengenal pasti makanan yang terdapat di pasaran adalah makanan organik atau tidak melalui Logo Organik Malaysia pada bungkusan makanan. Pengguna boleh mempercayai logo pada bungkusan makanan organik kerana mulai 2 Januari 2002, pengeluar makanan organik perlu mempamerkan logo 'Malaysian Organic' (Wan Mansor, 2004). Logo Organik Malaysia adalah seperti Rajah 1.



**Rajah 1: Logo Organik Malaysia**

Skim Organik Malaysia (*Malaysian Organic Scheme – SOM*) merupakan satu program pensijilan kepada petani yang menguruskan ladang pertanian mereka dengan mematuhi syarat-syarat di bawah *National Organic Standard MS 1529:2001*. Terdapat garis panduan mengenai penghasilan, pembungkusan, pengangkutan dan penjualan yang berkaitan dengan makanan organik dalam piawaian tersebut. Oleh itu, pengguna boleh mengenal pasti produk-produk daripada ladang organik yang bersijil dan boleh dilabelkan sebagai makanan organik dengan melihat logo Organik Malaysia pada bungkusan makanan (Mokhtar, 2008). Sehubungan itu, di Amerika Syarikat, produk makanan yang mempunyai logo *USDA Organic* sahaja disahkan sebagai makanan organik (Maya, Gina dan Robert, 2012). Logo ini membolehkan pengguna mengenal pasti produk tersebut sebagai makanan organik di pasaran.

## **Permasalahan kajian**

Siti Nor Bayaah dan Nurita (2010) menyatakan bahawa pada masa kini gaya hidup manusia semakin berubah. Hal ini adalah disebabkan perubahan dunia yang semakin pantas berbanding dengan beberapa dekad yang lalu. Pengguna pada masa kini dilihat terperangkap dengan kitaran yang tiada berkesudahan, iaitu bermaksud pengguna membeli barangan dan kemudiannya membuang barangan tersebut. Hal ini berlaku hanya disebabkan untuk memenuhi

kehendak pengguna tanpa batasan. Malaysia yang merupakan negara membangun turut menghadapi cabaran besar untuk memastikan negara membangun dengan mampan. Perkara ini berlaku disebabkan pengguna tidak menyedari bahawa barangan yang mereka gunakan pada setiap hari boleh memberi kesan pada alam sekitar.

Siti Nor Bayaah dan Nurita (2010) turut menyatakan bahawa pertumbuhan pertanian organik dilihat sebagai sebahagian daripada budaya pemasaran yang mula muncul pada masa kini. Hal ini kerana pengguna mula ingin mengetahui tentang manfaat makanan organik sebelum membuat keputusan untuk membeli. Namun begitu, walaupun permintaan terhadap makanan organik adalah pada tahap yang memberangsangkan, namun kadar pertumbuhan pasaran pada beberapa tahun lepas masih menunjuk kemerosotan dan menjadi perlahan kepada bawah 10 peratus. Hal ini menunjukkan bahawa pemasaran makanan organik perlu diteliti. Hal ini juga penting kerana permintaan dan penawaran akan mempengaruhi pemasaran makanan organik.

Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan adalah bertujuan untuk mengkaji kesanggupan membeli makanan organik dalam kalangan pengguna di Ipoh, Perak.

## **Tinjauan Literatur**

### **Makanan organik**

Makanan organik secara umumnya merupakan makanan yang dihasilkan tanpa menggunakan bahan-bahan seperti baja kimia sintetik, racun serangga, sisa perkumuhan manusia, sisa pembentungan, sinaran radiasi, bahan tambahan makanan, antibiotik, hormon pertumbuhan dan ubah suai genetik moden (GMO) (*Berita Harian*, 2012).

Shamsul Azahari, Laily dan Azzaro (2007) mendapati bahawa kecenderungan peningkatan pasaran secara organik adalah disebabkan oleh beberapa perkara, iaitu pewarna dan bahan ramuan yang tidak dibenarkan, dan hubungan antara racun serangga dengan bahan tambahan dalam makanan dengan penyakit yang dijangkiti oleh pengguna.

Menurut Gornaz, Phua, Zainal Abidin dan Mad Nasir (2011), pengguna mengambil makanan organik apabila keperluan dan kehendak mereka dalam bentuk kualiti, ketersediaan, kemudahan, prestasi, dan kemampuan dipenuhi. Pengguna juga mendapati bahawa makanan organik boleh membantu untuk menyelesaikan masalah alam sekitar. Oleh itu, makanan yang dihasilkan

daripada tanaman atau ternakan secara organik juga adalah selamat dimakan oleh pengguna.

Antara hasil tanaman pertanian organik yang diusahakan oleh pihak persendirian adalah seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan padi (Kamalrudin, Wook, dan Yen Li, 2007). Di pasaran, rangkaian susu, *Organic Dairy Milk* adalah salah satu produk organik. Sumber tenusu yang dihasilkan oleh lembu bagi menghasilkan produk keluaran *Organic Dairy Milk* adalah 100 peratus bebas daripada pengambilan sumber bahan pengawet. Hal ini kerana diet yang diberikan menepati keperluan vegetarian dan tiada rangsangan hormon dikenakan terhadap lembu-lembu dalam proses penghasilan susu (Fatin, 2011).

## **Perbezaan pertanian organik dengan pertanian bukan organik**

Pertanian secara organik tidak sama dengan pertanian biasa. Hal ini kerana terdapatnya beberapa perbezaan yang ketara. Perbezaan tersebut dapat dilihat dari segi penyelidikan yang telah dibuat terhadap proses penghasilan ladang-ladang organik (Mokhtar, 2008).

Pertanian secara organik menggunakan baja asli untuk membantu pertumbuhan tanaman, manakala pertanian biasa pula menggunakan baja kimia ke atas tanah untuk pertumbuhan tanaman. Selain itu, pertanian secara organik menggunakan kaedah-kaedah semula jadi untuk mengawal gangguan serangga perosak dan penyakit. Sebagai contoh, dengan menggunakan perangkap tikus, kawalan biologi dan kaedah pemandulan. Bagi pertanian biasa pula, semburan racun serangga digunakan untuk mengelakkan tumbuhan dijangkiti penyakit. Pertanian secara organik menggunakan proses kitaran semula hasil tanaman, pembajakan secara mekanikal dan mencabut rumput dengan menggunakan tangan. Semasa pertanian organik dijalankan, penggunaan jerami basah dan kaedah semula jadi yang lain untuk mengawal pertumbuhan rumput rampai digunakan. Namun begitu, bagi pertanian secara biasa racun serangga digunakan untuk mengawal pertumbuhan rumput yang mengganggu pertumbuhan tanaman (Wan Mansor, 2004).

Oleh itu, pertanian secara organik adalah dilihat lebih mesra alam. Hal ini kerana pertanian ini dijalankan dengan menggunakan barangan dan kaedah semula jadi. Cara ini dapat membantu memulihara alam sekitar. Pertanian secara organik juga turut membantu untuk mengatasi masalah pencemaran air, tanah-tanah dan udara yang berpunca daripada penggunaan bahan kimia. Selain itu, makanan yang dihasilkan melalui penanaman secara organik adalah selamat dan berkualiti (Fatin, 2011).

Selain penanaman secara organik, terdapat juga penternakan haiwan secara organik. Bagi penternakan haiwan organik, makanan yang diberikan kepada haiwan tersebut ialah makanan organik. Haiwan ternakan tersebut juga tidak diberi suntikan ubat antibiotik atau hormon pertumbuhan. Sekiranya ayam ditenak secara organik, maka telur ayam tersebut juga dikategorikan sebagai produk organik (Fatin, 2012). Perkara ini menunjukkan perbezaan antara penternakan secara konvensional yang menyuntik haiwan ternakan bagi menggalakkan tumbesaran haiwan. Hal ini berlaku disebabkan oleh penternak secara konvensional atau biasa lebih mementingkan kuantiti hasil ternakan bagi mengaut keuntungan yang banyak dalam masa yang singkat.

### **Kebaikan makanan organik**

Amalan pengambilan makanan organik adalah baik untuk kesihatan. Sehubungan itu, pengamalan pengambilan makanan organik turut memberi kesan yang baik terhadap alam sekitar, termasuk kepada flora dan fauna. Makanan organik mempunyai beberapa kebaikan, antaranya:

- Mengurangkan pendedahan kepada racun serangga, hormon dan antibiotik.
- Tidak mencemarkan alam sekitar. Sebagai contoh, sungai dan tanah kerana tiada penggunaan bahan kimia semasa menjalankan aktiviti pertanian.
- Makanan organik mempunyai nilai nutrisi lebih tinggi yang memberi kebaikan kepada kesihatan pengguna.
- Kualiti makanan yang lebih tinggi.
- Memupuk diet dan pemakanan yang sihat dalam kalangan pengguna.
- Pemuliharaan alam sekitar dan bumi. Hal ini kerana tanaman organik dapat menahan lebih banyak karbon di dalam tanah dan mengurangkan pelepasan karbon dioksida ke atmosfera.
- Pertanian organik menggunakan tenaga yang kurang berbanding dengan kaedah pertanian biasa. Hal ini bermaksud tiada penggunaan baja nitrogen dalam pertanian organik.
- Makanan organik tidak mengandungi toksin kerana tiada penggunaan bahan kimia dan racun serangga dalam penanamannya.

(Mokhtar, 2008)

### **Kesanggupan membeli makanan organik**

Kesanggupan membeli ialah niat yang membentuk perlakuan pengguna sebelum membeli makanan organik di pasaran. Kesanggupan untuk membeli produk organik penting kerana ia merupakan pengukur yang baik terhadap

permintaan makanan organik. Permintaan yang menggalakkan ini dilihat melalui peningkatan jumlah individu yang sanggup untuk membeli produk mesra alam. Namun begitu, bilangan pengguna yang sanggup untuk membeli makanan organik adalah bergantung pada beberapa perkara seperti jenis makanan dan kos relatif berbanding dengan produk alternatif konvensional dan harga sebenar produk (Siti Nor Bayaah & Nurita, 2010).

Tujuan pengguna untuk membeli produk hijau seperti makanan organik dengan membayar harga yang tinggi adalah untuk memulihara alam sekitar dan menyelamatkan bumi demi kesejahteraan generasi yang akan datang (Zeinab & Seyedeh Maryam, 2012). Hal ini menunjukkan bahawa pengguna tidak kisah untuk membayar lebih sekiranya perlakuan mereka dapat membantu memulihara alam sekitar dan bumi. Namun begitu, kos pengeluaran dan pemasaran produk yang tinggi akan mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap harga produk. Seterusnya hal ini akan mempengaruhi kesanggupan pengguna bagi membayar harga dan kesediaan produk organik (Shamsul Azahari & Laily, 2007). Melalui kajian lepas juga, didapati kebanyakan pengguna tidak sanggup untuk membeli dengan harga premium melebihi 10% (Yiridoe, Bonti-Ankomah, & Martin, 2005).

Berdasarkan kajian lepas yang dijalankan di kawasan Lembah Klang pada tahun 2006, didapati bahawa penggunaan produk organik semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat daripada kajian yang mendapati bahawa jumlah perbelanjaan responden terhadap produk makanan organik adalah minimum, iaitu dalam lingkungan antara RM300 hingga RM700 sebulan. Selain itu, melalui kajian ini mendapati bahawa pengguna membeli produk makanan organik hampir pada setiap hari. Jenis produk makanan organik yang dibeli adalah seperti produk sayur-sayuran dan bijirin. Produk makanan organik tersebut dibeli di pasar raya yang berhampiran (Shamsul Azahari & Laily, 2007). Oleh itu, melalui kajian tersebut didapati bahawa penerimaan produk makanan organik menunjukkan peningkatan dan seterusnya meningkatkan tahap permintaan produk makanan organik di pasaran. Sehubungan itu, pembelian makanan organik adalah dipengaruhi oleh pembelian pengguna ke atas makanan organik sebelumnya (Gracia & Magistris, 2007). Hal ini bermaksud bahawa pengalaman pengguna dalam pembelian makanan organik pada masa lalu mempengaruhi pembelian pengguna pada masa akan datang. Sekiranya pengguna berpuas hati dengan pembelian makanan organik, maka pengguna akan membeli secara kerap dan sanggup untuk mengeluarkan wang yang banyak untuk membeli makanan organik.

Selain itu, niat seseorang individu untuk membeli makanan organik di pasaran boleh dipengaruhi oleh faktor keadaan. Sebagai contoh, seseorang yang datang ke kedai untuk membeli makanan organik boleh terganggu

dengan adanya promosi produk konvensional atau produk mudah sedia selain makanan organik (Siti Nor Bayaah & Nurita, 2010). Oleh itu, sekiranya pengguna terpengaruh dengan promosi yang diadakan, mereka akan membuat keputusan untuk membeli makanan konvensional tersebut kerana harganya yang lebih murah.

## **Metodologi**

Kajian ini menggunakan kaedah metodologi kuantitatif. Kaedah kuantitatif digunakan bagi memastikan objektif kajian ini dapat dicapai. Kajian empirikal ini adalah tertumpu di kawasan Majlis Perbandaran Ipoh, Perak. Persampelan dilakukan secara rawak bertujuan ke atas 180 orang responden dari kawasan Majlis Perbandaran Ipoh, iaitu salah satu kawasan di bawah Majlis Perbandaran Ipoh. Borang soal selidik merupakan instrumen utama bagi kajian ini. Borang soal selidik terdiri daripada latar belakang responden dan keluarga serta soalan yang berkaitan dengan kesanggupan pengguna dalam pembelian makanan organik. Terdapat empat soalan pada bahagian kesanggupan membeli makanan organik ini. Skala Likert digunakan dalam bahagian ini, iaitu skala 1 hingga 5 atau daripada Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Maklumat dikumpul secara mengedarkan borang soal selidik yang diisi sendiri oleh responden. Data dianalisis menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Hasil kajian dibentangkan secara deskriptif.

## **Hasil kajian**

### **Latar belakang responden**

Berdasarkan Jadual 1, lebih daripada separuh responden adalah terdiri daripada perempuan (57.8%), manakala selebihnya adalah terdiri daripada responden lelaki (42.2%). Dari segi etnik pula, etnik Melayu adalah lebih dominan daripada etnik lain iaitu sebanyak 79.4 peratus diikuti dengan India, Cina dan lain-lain yang mewakili masing-masing sebanyak 10.0 peratus, 8.9 peratus, dan 1.7 peratus.

Responden yang berumur 45 hingga 54 tahun adalah yang paling ramai terlibat dalam kajian ini, iaitu sebanyak 38.3 peratus. Manakala responden berumur 35 hingga 44 tahun adalah yang kedua tertinggi iaitu sebanyak 26.7 peratus dan diikuti dengan responden yang berumur 25 hingga 34 tahun serta 55 tahun dan ke atas, iaitu masing-masing seramai 21.1 peratus dan 8.9 peratus. Manakala baki 5.0 peratus adalah terdiri daripada responden yang berumur 18 hingga 24 tahun.

Tahap tertinggi pendidikan responden yang dikaji majoritinya mempunyai pendidikan pada peringkat sijil/Diploma/ Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM), iaitu sebanyak 47.2 peratus. Seterusnya diikuti dengan responden yang mempunyai tahap pendidikan diperingkat sekolah menengah, ijazah/Sarjana Muda serta Master/Ph.D, iaitu masing-masing seramai 26.7 peratus, 18.3 peratus dan 3.3 peratus. Manakala selebihnya mempunyai tahap pendidikan peringkat sekolah (2.8%) rendah dan lain-lain (1.7%).

Data dalam Jadual 1 juga turut menunjukkan bilangan isi rumah responden yang dikaji. Terdapat 58.3 peratus responden mempunyai isi rumah sebanyak 4 hingga 6 orang, diikuti dengan 23.3 peratus responden yang mempunyai bilangan isi rumah seramai 7 orang dan ke atas. Manakala, selebihnya mempunyai bilangan isi rumah sebanyak 1 hingga 3 orang sahaja (18.3%).

Selain itu, hasil kajian juga mendapati seramai 24.4 peratus responden mempunyai pendapatan isi rumah sebanyak RM1001 hingga RM 2000 sebulan. Manakala pendapatan isi rumah yang mempunyai pendapatan sebanyak RM2001 hingga RM3000 sebulan adalah sebanyak 20.6 peratus dan diikuti dengan pendapatan sebanyak RM1000 dan ke bawah sebulan sebanyak 16.2 peratus, RM3001 hingga RM4000 sebulan sebanyak 15.0 peratus, dan RM4001 hingga RM5000 sebulan sebanyak 13.9 peratus. Sebanyak 10.0 peratus responden lagi mempunyai pendapat isi rumah RM5000 dan ke atas sebulan.

Merujuk jenis pekerjaan pula, sebanyak 54.4 peratus responden adalah terdiri daripada pekerja dalam sektor kerajaan, diikuti dengan sebanyak 27.8 peratus dalam sektor swasta, 18.3 peratus bekerja sendiri, 13.9 peratus tidak bekerja atau suri rumah dan lain-lain sebanyak 15.6 peratus.

**Jadual 1: Maklumat Latar Belakang Responden**

| Angkubah       | Kekerapan (n) | Peratus (%) |
|----------------|---------------|-------------|
| <b>Jantina</b> |               |             |
| Lelaki         | 76            | 42.2        |
| Perempuan      | 104           | 57.8        |
| <b>Etnik</b>   |               |             |
| Melayu         | 143           | 79.4        |
| Cina           | 16            | 8.9         |
| India          | 18            | 10.0        |
| Lain-lain      | 3             | 1.7         |



**Jadual 1 (sambungan)**

| <b>Angkubah</b>                           | <b>Kekerapan<br/>(n)</b> | <b>Peratus<br/>(%)</b> |
|---|--------------------------|------------------------|
| <b>Umur (tahun)</b>                       |                          |                        |
| 18 -24                                    | 9                        | 5.0                    |
| 25 - 34                                   | 38                       | 21.1                   |
| 35 – 44                                   | 48                       | 26.7                   |
| 45 – 54                                   | 69                       | 38.3                   |
| 55 dan ke atas                            | 16                       | 8.9                    |
| <b>Tahap Pendidikan</b>                   |                          |                        |
| Sekolah Rendah                            | 5                        | 2.8                    |
| Sekolah Menengah                          | 48                       | 26.7                   |
| Sijil/Diploma/STPM                        | 85                       | 47.2                   |
| Ijazah/Sarjana Muda                       | 33                       | 18.3                   |
| Master/Ph.D                               | 6                        | 3.3                    |
| Lain-lain                                 | 3                        | 1.7                    |
| <b>Bilangan Isi Rumah</b>                 |                          |                        |
| 1-3 orang                                 | 33                       | 18.3                   |
| 4 -6 orang                                | 105                      | 58.3                   |
| 7 dan ke atas                             | 42                       | 23.3                   |
| <b>Pendapatan Isi Rumah<br/>(Bulanan)</b> |                          |                        |
| RM1000 dan ke bawah                       | 29                       | 16.1                   |
| RM1001 –RM2000                            | 44                       | 24.4                   |
| RM2001 – RM3000                           | 37                       | 20.6                   |
| RM3001 – RM4000                           | 27                       | 15.0                   |
| RM4001 – RM5000                           | 25                       | 13.9                   |
| RM5000 dan ke atas                        | 18                       | 10.0                   |
| <b>Jenis Pekerjaan</b>                    |                          |                        |
| Sektor kerajaan                           | 62                       | 34.4                   |
| Sektor swasta                             | 50                       | 27.8                   |
| Bekerja sendiri                           | 33                       | 18.3                   |
| Suri rumah/Tidak bekerja                  | 25                       | 13.9                   |
| Lain-lain                                 | 10                       | 5.6                    |

## **Kesanggupan membeli makanan organik dalam kalangan pengguna**

Jadual 2 menunjukkan hasil analisis bagi kesanggupan membeli makanan organik dalam kalangan pengguna. Didapati 33.3 peratus dan 15.0 peratus masing-masing setuju dan sangat setuju, iaitu hampir separuh (48.3%) daripada responden bersedia untuk membeli makanan organik. Sementara itu, sebanyak 33.9 peratus dan 14.4 peratus masing-masing setuju dan sangat setuju walaupun pilihannya adalah terhad dan bersedia untuk membeli makanan organik kerana ia lebih bermanfaat berbanding dengan kos (58.3%).

Begitu juga dengan pernyataan seterusnya, iaitu sebanyak 35.6 peratus dan 21.7 peratus setuju dan sangat setuju bahawa membeli makanan organik adalah perkara yang baik untuk kesihatan walaupun kosnya adalah tinggi. Sebaliknya, hampir separuh (41.7%) responden lebih bersifat berkecuali apabila dinyatakan akan sentiasa membeli makanan organik walaupun makanan konvensional mengadakan jualan murah.

**Jadual 2: Kesanggupan Pengguna dalam Pembelian Makanan Organik.**

| <b>Pernyataan</b>  | <b>STS</b>  | <b>TS</b>    | <b>N</b>     | <b>S</b>     | <b>SS</b>    |
|--|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 1. Saya bersedia membeli makanan organik walaupun pilihannya adalah terhad.                                  | 8<br>(4.4)  | 14<br>(7.8)  | 71<br>(39.4) | 60<br>(33.3) | 27<br>(15.0) |
| 2. Saya bersedia membeli makanan organik kerana lebih manfaat berbanding kos.                                | 6<br>(3.3)  | 15<br>(8.3)  | 72<br>(40.0) | 61<br>(33.9) | 26<br>(14.4) |
| 3. Membeli makanan organik adalah merupakan perkara yang baik untuk kesihatan walaupun kosnya adalah tinggi. | 4<br>(2.2)  | 15<br>(8.3)  | 58<br>(32.2) | 64<br>(35.6) | 39<br>(21.7) |
| 4. Saya akan sentiasa membeli makanan organik walaupun makanan konvensional mengadakan jualan murah.         | 11<br>(6.1) | 24<br>(13.3) | 75<br>(41.7) | 50<br>(27.8) | 20<br>(11.1) |

**NOTA:** STS = Sangat Tidak Setuju  
N = Neutral  
SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju  
S = Setuju

## Kesimpulan

Secara umumnya, makanan merupakan salah satu keperluan asas manusia. Hasil kajian jelas menunjukkan bahawa pengguna mempunyai kesanggupan membeli makanan organik walaupun pilihannya adalah terhad di pasaran dan mereka juga tetap bersedia membeli makanan organik ini kerana ia lebih bermanfaat berbanding dengan kos. Selain itu, para pengguna juga tetap membeli makanan organik walaupun kosnya adalah tinggi kerana ia baik untuk kesihatan. Namun begitu, ada sebahagian kecil pengguna yang tidak akan membeli makanan organik sekiranya jualan murah makanan konvensional diadakan di pasaran.

Implikasi kajian ini adalah untuk membolehkan hasil kajian dapat digunakan dari sudut ilmiah dan pemasaran. Hasil kajian ini dapat memberi maklumat

kepada masyarakat bahawa masyarakat sanggup membeli makanan tersebut kerana produk ini lebih bermanfaat dan terjamin dari sudut kesihatannya kepada manusia. Selain itu, hasil kajian ini juga dapat membantu para peniaga, terutamanya dari aspek pemasaran supaya dapat mengetahui cara untuk meningkatkan pembelian makanan organik dalam kalangan pengguna, khususnya di Malaysia. Selain itu, kajian ini turut memberi idea kepada pihak kerajaan untuk mempelbagaikan lagi program berkaitan dengan pengamalan gaya hidup yang sihat, terutamanya melalui penggunaan produk organik dalam kehidupan seharian. Program seperti seminar, ceramah atau pemberian risalah dapat membantu pengguna untuk mendapatkan maklumat berkaitan perkara ini.

## Rujukan

*Berita Harian*. (2012). Makanan Organik, R16. Dimuat turun pada 20 Jun 2015 dari <http://www.bharian.com.my/htm>.

Fatin, H.M.S. (2011). Makanan Organik Tingkatkan Kesihatan. *Berita Harian Online* (Oktober 20, 2011). Dimuat turun pada September 17, 2012, dari <http://www.bharian.com.my/bharian/articles/Makananorganiktingkatkankesihatan/Article/>

Golnaz, R., Phuah, K.T., Zainal Abidin, M., & Mad Nasir, S. (2011). Consumers' Intention towards Green Foods in Malaysia. *2011 International Conference on Innovation, Management and Service IPEDR*, 14, 112-118.

Kamalrudin, M.S., Wook, E., & Yen Li, L. (2007). Persepsi Pengguna terhadap Produk Makanan Organik: Kajian Kes di Seberang Prai, Pulau Pinang. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 9.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi, dan Kepenggunaan (2011). Hak-hak Pengguna, Ketahui Hak Anda. *Siri Panduan Pengguna* 4/2011).

Maya, W. P., Gina, K.M.A., & Robert, S.M.A. (2012). Dimuat turun pada Mac 1, 2013, daripada: [http://www.helpguide.org/life/organic\\_foods\\_pesticides\\_gmo.htm](http://www.helpguide.org/life/organic_foods_pesticides_gmo.htm).

Mokhtar, M.T. (2008). Makanan Organik. *Buletin Pengguna*, 5/ 2008, 6.

Nurizan, Y. & Mohd Amim, O. (2002). *Buku Pengenalan Sains Pengguna*. Penerbit Universiti Putra Malaysia.

Rohaniza, I. (2010). Ketulenan Produk Cabaran Produk Organik. *Berita Harian Online* (Mac 21, 2010). Dimuat turun pada September 17, 2012, daripada:

<http://www.bharian.com.my/bharian/articles/Ketulenanprodukcabaranprodukorganik/Article>

Shamsul Azahari, Z.B. & Laily, P. (2007). Corak Penggunaan produk makanan organik di kalangan pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 9.

Shamsul Azahari, Z.B., Laily, P., & Azzaro, D. (2007). Pengetahuan, sikap dan amalan pengguna terhadap produk makanan organik di Malaysia. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 9.

Siti Nor Bayaah, A. & Nurita, J. (2010). Consumer perception and purchase intentions towards organic food products: exploring the attitude among Malaysian consumers. 1-15.

Siti Nor Bayaah, A. & Nurita, J. (2010). Organic food: a study on demographic characteristics and factors influencing purchase intentions among consumers in Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 5(2), 105-118.

Wan Mansor, W.O. (2004). Makanan organik yang pentingkan kesihatan. *Buletin Pengguna*, 11/2004, 3-4.

Yiridoe, E.K., Bonti-Ankomah, S. & Martin, R.C. (2005). Comparison of consumer perceptions and preference toward organic versus conventionally produced foods: a review and update of the literature. *Renewable Agriculture and Food System*, 2(4), 193-205.

Zeinab, S.S & Seyedeh Maryam, S. (2012). The Main factors influencing purchase behaviour of organic products in Malaysia. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), 98-116.