

Faktor Permintaan Terhadap Minyak Sawit Dalam Kalangan Pengguna Di Malaysia

Demand Factors For Palm Oil Among Consumers In Malaysia

Fithriyaani Zainal
¹Er Ah Choy

Program Sains Pembangunan,
Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Kemanusiaan,
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia,

Corresponding e-mel: ¹eveer@ukm.edu.my

ABSTRAK

Industri minyak sawit pada abad ke-21 masih menjadi pilihan pengguna dan kekal relevan walaupun pelbagai jenis produk sayuran lain seperti minyak kacang soya telah mendominasi pilihan pengguna. Kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti tentang sejauhmana faktor yang mempengaruhi permintaan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia berdasarkan perspektif teori tingkah laku pengguna. Sejumlah 381 orang pengguna terlibat dan menjawab soal selidik dalam kajian ini menggunakan 'Google Form' secara atas talian. Data yang diperolehi telah dianalisis secara statistik deskriptif dan jadual bersilang menggunakan Statistical Package SPSS 26.0. Faktor yang telah dikenalpasti mempengaruhi permintaan minyak sawit termasuklah mutu dan kualiti, jenama, mesra alam, berkhasiat, botol yang menarik, pembungkusan yang baik, tradisi keluarga, kepelbagaian penggunaan, harga murah dan berpatutan. Dapatan menunjukkan demografi pengguna yang majoritinya pengguna perempuan yang berusia 18 hingga 30 tahun yang berasal dari Malaysia mempunyai hubungan yang signifikan dengan kesemua faktor terutamanya faktor harga yang murah dan berpatutan. Konklusinya, kajian ini dapat memperlihatkan corak penggunaan serta faktor yang mempengaruhi permintaan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia. Implikasi dapatan ini dibincangkan dalam kerangka perspektif kajian tingkah laku pengguna yang dapat menjelaskan pelbagai faktor seperti harga, mesra alam, jenama dan sebagainya mampu mempengaruhi tingkahlaku pembelian pengguna terhadap minyak sawit.

Kata Kunci: Faktor permintaan, minyak sawit, pengguna, demografi, tingkah laku, harga

ABSTRACT

The palm oil industry in the 21st century is still a consumer choice and remains relevant even though various other types of vegetable products such as soybean oil have dominated consumer choice. This study was conducted to identify the extent to which factors influence the demand for palm oil among consumers in Malaysia based on the theoretical perspective of consumer behavior. A total of 381 respondents were involved and answered the question in this study by using 'Google Form' online. The data obtained were analyzed by descriptive statistics and cross-tabulation using Statistical Package SPSS 26.0. Factors that have been identified to influence the demand for palm oil include quality and quality, brand,

environmentally friendly, nutritious, attractive bottles, good packaging, family traditions, variety of uses, cheap and affordable prices. The findings show that the consumer demographic, the majority of which are female consumers aged 18 to 30 years old from Malaysia, has a significant relationship with all factors, especially the factor of cheap and affordable prices. In conclusion, this study can show the patterns of consumption and factors that influence the demand for palm oil among consumers in Malaysia. The implications of these findings are discussed in the framework of the perspective of consumer behavior studies that can explain various factors such as price, environmental friendliness, brand and so on can influence consumer purchasing behavior of palm oil.

Keywords: Demand factor, palm oil, consumer, demographics, behavior, price

1. Pengenalan

Penanaman kelapa sawit di Malaysia telah diperkenalkan oleh kerajaan bertujuan untuk membasmi kemiskinan dalam kalangan penduduk luar bandar. Hasrat kerajaan dalam meningkatkan dan mengekalkan pasaran industri minyak sawit ini di mata dunia telah mendorong kerajaan untuk merancang pelbagai inisiatif demi meningkatkan pengurusan industri minyak sawit di negara ini. Pembangunan dalam industri kelapa sawit amat memberangsangkan dengan penekanan diberikan kepada penyelidikan bagi menghasilkan kaedah baru dalam teknologi penanaman, penghasilan benih yang berkualiti dan penghasilan produk-produk baru berasaskan kelapa sawit. Hasil daripada industri minyak sawit dapat memberikan sumbangan yang signifikan kepada ekonomi negara.

Walaupun terdapat di mana-mana dalam penggunaan hari ini, pengeluaran minyak sawit dikaitkan dengan kadar penurunan persekitaran yang tinggi (Rist et al. 2010). Syarikat pengeluar sawit multinasional yang besar sering dituduh menyebabkan penebangan hutan hujan yang mempengaruhi kepelbagaian biodiversiti dan keseimbangan semula jadi persekitaran sekitar yang menyebabkan kepupusan spesies sayur-sayuran dan haiwan. Hickman (2009) menyatakan perkembangan minyak sawit bukan hanya menyebabkan kehilangan hutan itu sendiri, tetapi juga bertanggung jawab atas pelepasan sejumlah besar gas rumah kaca.

Kajian seperti ini akan menjelaskan sejauh mana kehadiran minyak sawit dalam mempengaruhi pengguna dalam keputusan mereka. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan minyak sawit sebagai minyak masak dalam kalangan pengguna di Malaysia. Selain itu, mengkaji hubungan antara faktor dan impak yang mempengaruhi kepenggunaan minyak sawit di Malaysia.

2. Sorotan Literatur

2.1 Faktor yang mempengaruhi pengguna minyak sawit

Persepsi atau tanggapan pengguna seringkali dipengaruhi oleh pelbagai faktor dalam membuat sesuatu pembelian. Hal ini sekaligus mempengaruhi tingkah laku pengguna dalam membeli sesuatu barangan berdasarkan sama ada faktor kualiti produk, faktor kesihatan mahu pun faktor kesedaran alam sekitar. Berdasarkan kajian Er Ah Choy et al. (2020), persepsi dalaman dan luaran mampu mempengaruhi tingkah laku pembelian serta faktor kewarganegaraan dan faktor setempat misalnya, faktor sosial, produk dan polisi kerajaan yang lebih mendorong tingkah laku pembelian minyak sawit.

Tidak dinafikan minyak sawit masih sangat relevan dengan masyarakat di Malaysia, tetapi masih terdapat kempen anti-sawit di pasaran antarabangsa dan global. Hal ini berkemungkinan berlaku disebabkan masalah kebersihan, kualiti, produksi dan sebagainya yang mengakibatkan negara luar kurang mempercayai industri minyak sawit ini. Namun begitu, faktor harga yang berpatutan, faktor jenama yang popular, faktor kandungan yang berkhasiat serta promosi syarikat yang menarik perhatian masih membuka mata pengguna dalam menggunakan minyak sawit sehingga ke hari ini (Izzah Syazwany Mohd Nasir, Noraida Abdul Rani & Er Ah Choy 2015).

Berdasarkan kajian Sarwade (2011), faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian minyak sawit diambil oleh suri rumah yang menentukan jenama dan jenis minyak yang digunakan. Faktor kesihatan dan kualiti jenama merupakan faktor lain yang sangat penting dalam membuat keputusan pembelian. Kajian ini juga mendapati minyak yang berjenama lebih digemari berbanding minyak biasa antara pengguna yang berpendapatan tinggi. Kajian oleh Kumar pula (2014) lebih menguatkan kajian bahawa jenama, harga, faktor kesihatan dan kualiti jenama adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi pembuatan keputusan pembelian minyak sawit. Tambahan pula, kadar nilai pemasar perlu diwujudkan demi kesihatan dan nilai mata wang.

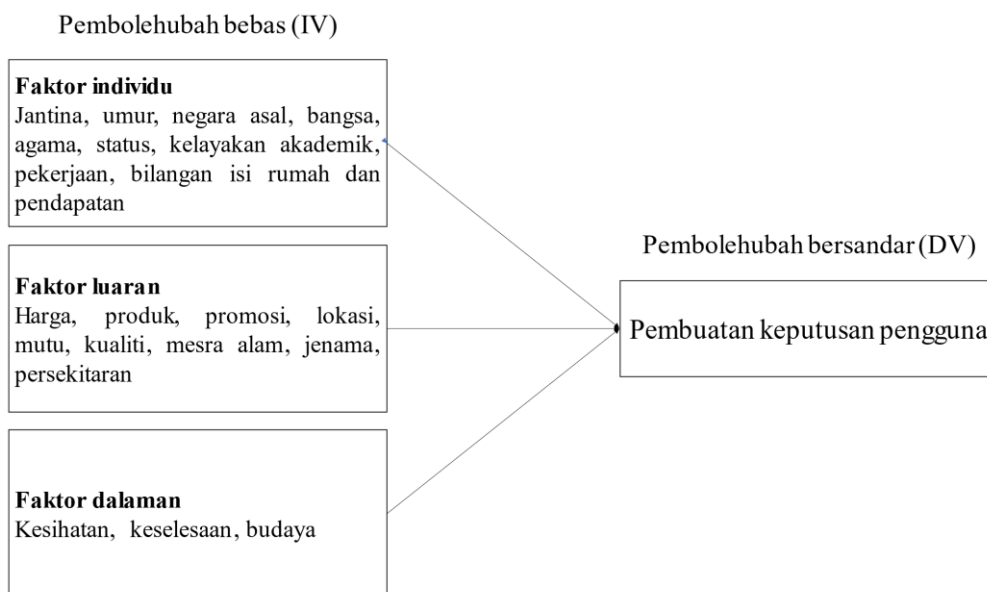
Faktor pembelian minyak sawit juga ditemui dalam kajian Ibrahim, Abdul Fatah dan Sali (2020) yang mengutarakan analisis regresi terhadap faktor pemasaran menunjukkan bahawa produk dan harga merupakan faktor yang paling penting yang mempengaruhi pilihan pengguna terhadap minyak sawit. Sementara itu, faktor bukan pemasaran menunjukkan bahawa kualiti produk, serta iklan atau kempen, adalah penentu penting yang mempengaruhi pilihan pengguna terhadap minyak sawit.

2.2 Pendekatan tingkah laku pengguna

Tingkah laku pengguna adalah berbeza-bezaberkemungkinan kerana pelbagai faktor sama ada faktor luaran mahupun faktor dalaman (James 1958). Faktor luaran terdiri daripada unsur-unsur yang disebabkan oleh pihak lain seperti orang sekeliling atau peraturan. Manakala, faktor dalaman pula terdiri daripada unsur-unsur seperti status peribadi, amalan, perasaan, cita rasa dan sebagainya. Kajian Wim et al. (2007), menyatakan bahawa terdapat pelbagai faktor yang boleh mempengaruhi tingkah laku seseorang seperti tahap pendidikan, faktor umur, faktor pendedahan maklumat dan sebagainya. Oleh itu kesemua ini boleh dijadikan sebagai indikator untuk mengkaji tingkah laku seseorang dalam membuat sesuatu tindakan. Kecenderungan pemilihan sesuatu produk mampu mempengaruhi permintaan dan penawaran produk tersebut sekaligus mampu memberi impak kepada sesuatu industri.

Kesimpulannya, terdapat pelbagai kajian yang mengetengahkan persepsi, gelagat atau tingkah laku masyarakat dalam menggunakan minyak sawit serta faktor yang mempengaruhinya. Antara tingkah laku yang sering dilihat dalam kajian-kajian lepas termasuklah kecenderungan menggunakan dan membeli minyak sawit sehingga kini. Faktor-faktor yang mempengaruhi antaranya faktor harga yang berpatutan, faktor jenama yang popular, faktor kesihatan dan faktor promosi produk sawit. Lamb et al. (2004) mengesyorkan bahawa terdapat faktor dalaman dan luaran yang perlu dinilai oleh organisasi dalam melakukan strategi pemasaran yang menyokongnya agar dapat bertahan di pasaran.

2.3 Kerangka konseptual



Rajah 1: Kerangka konseptual
Sumber: Lamb et al. (2004)

3. Metodologi Kajian

Kajian ini adalah berbentuk deskriptif dengan menggunakan kaedah tinjauan (survey research) untuk memperoleh data, maklum balas dan pendapat orang ramai terhadap kajian yang dilakukan. Reka bentuk ini digunakan untuk mengenal pasti dan mengkaji faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia.

Dalam kajian ini, terdapat dua kaedah penyelidikan yang digunakan dalam teknik pengumpulan data iaitu data primer yang merangkumi kajian lapangan seperti soal selidik dan kajian perpustakaan seperti penggunaan pelbagai dokumen yang berautoriti misalnya manuskrip, fail rekod dan sebagainya. Selain itu, teknik pengumpulan data yang seterusnya ialah data sekunder yang merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pengkaji lain misalnya hasil carian internet.

Kaedah persampelan yang digunakan dalam kajian ini merupakan teknik persampelan rawak mudah. Kaedah persampelan rawak mudah telah dipilih kerana penggunaan Google Form yang diedarkan secara atas talian menyebabkan kesukaran untuk menyasarkan responden. Melalui kaedah ini, responden dipilih adalah dalam kalangan pengguna minyak sawit di Malaysia sebanyak 381 orang responden yang terdiri daripada masyarakat di Malaysia sama ada warganegara atau bukan warganegara di mana ianya terdiri daripada belia dan ke atas sahaja.

Pengkaji menggunakan dua bentuk analisis data iaitu analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensi. Statistik deskriptif juga disebut sebagai statistik perihalan merupakan statistik yang digunakan dalam memerihalkan sesuatu peristiwa. Data kajian akan dipersembahkan dalam bentuk jadual dan rajah serta akan dibuat tafsiran umum bagi menyampaikan maklumat daripada rajah tersebut. Penganalisan data akan dilakukan dengan membuat perbandingan antara peratusan tertinggi dan peratusan terendah serta mendapatkan nilai standard piawai dan nilai min bagi setiap soalan yang dikemukakan.

Selain itu, kajian ini menggunakan dua jenis analisis. Antaranya ialah analisis deskriptif dan analisis inferensi. Analisis deskriptif dan peratus digunakan bagi menentukan kepenggunaan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia. Di samping itu, analisis amalan berdasarkan kekerapan penggunaan bahan dan peratusan turut digunakan untuk melihat taburan latar belakang responden. Interpretasi julat min diukur mengikut skala yang digunapakai oleh Kamaruzaman (2009) seperti Jadual 1.

JADUAL 1. Julat min bagi menjawab persoalan kajian

Skor Min	Tahap/Interpretasi
1.0 hingga 1.8	Sangat rendah
1.9 hingga 2.6	Rendah
2.7 hingga 3.4	Sederhana
3.5 hingga 4.2	Tinggi
4.3 hingga 5.0	Sangat Tinggi

Sumber: Kamaruzaman (2009)

Bahagian latarbelakang pengguna dianalisis menggunakan Jadual Bersilang (Cross Tabulation) bagi mengkaji darjah signifikan hubungan di antara latarbelakang pengguna minyak sawit di Malaysia. Analisis ini juga berupaya menganalisis tahap hubungan signifikan antara dua pembolehubah yang dibandingkan dalam kajian (Mary L. 2013). Ia akan menganalisis korelasi di antara persepsi dengan tingkah laku pembelian dan korelasi di antara faktor pengaruh dan persepsi.

4. Dapatan Kajian

4.1 Latar belakang responden

Analisis demografi responden yang melibatkan jantina, umur, negara asal, bangsa, agama, status, kelayakan akademik, pekerjaan, bilangan isi rumah, pendapatan kasar keluarga dan faktor utama yang diambil kira dalam membeli minyak sawit ditunjukkan dalam kajian ini. Sampel kajian ini terdiri daripada 381 pengguna minyak sawit di Malaysia dari seluruh Malaysia dan luar Malaysia. Jadual 2 menerangkan dengan lebih terperinci mengenai demografi responden kajian yang diperoleh hasil daripada soal selidik.

JADUAL 2. Latar belakang responden

Bil	Perkara	Kekerapan	Peratus (%)	
1	Jantina			
	<ul style="list-style-type: none"> • Lelaki • Perempuan 	<p>165</p> <p>216</p>	<p>43.3</p> <p>56.7</p>	
2	Umur			
	<ul style="list-style-type: none"> • Bawah 18 tahun • 18 hingga 30 tahun • 31 hingga 40 tahun • 41 hingga 50 tahun • 51 hingga 60 tahun 	<p>9</p> <p>307</p> <p>43</p> <p>16</p> <p>6</p>	<p>2.4</p> <p>80.6</p> <p>11.3</p> <p>4.2</p> <p>1.6</p>	
	3	Negara Asal		
		<ul style="list-style-type: none"> • Malaysia • Luar Malaysia 	<p>371</p> <p>10</p>	<p>97.4</p> <p>2.6</p>

4	Bangsa		
	• Melayu	269	70.6
	• Cina	65	17.1
	• India	37	9.7
	• Lain-lain	10	2.6
5	Agama		
	• Islam	279	73.2
	• Buddha	54	14.2
	• Hindu	23	6.0
	• Lain-lain	25	6.6
6	Status		
	• Bujang	274	71.9
	• Berkahwin	99	26.0
	• Ibu Tunggal	4	1.0
	• Bapa Tunggal	4	1.0
7	Kelayakan akademik		
	• Sekolah Menengah	92	24.1
	• Diploma/STPM	74	19.4
	• Ijazah Sarjana Muda	197	51.7
	• Ijazah Sarjana	14	3.7
	• Doktor Falsafah	4	1.1
8	Pekerjaan		
	• Kerajaan	25	6.6
	• Swasta	79	20.7
	• Pelajar	221	58.0
	• Berniaga	49	12.9
	• Lain-lain	7	1.8
9	Bilangan isi rumah		
	• 1 hingga 5 orang	279	73.2
	• 6 hingga 10 orang	95	24.9
	• 11 hingga 15 orang	4	1.0
	• 16 hingga 20 orang	3	0.8
10	Pendapatan kasar keluarga		
	• Kurang RM2000	95	24.9
	• RM2001 hingga RM4000	115	30.2
	• RM4001 hingga RM10000	144	37.8
	• RM10001 hingga RM 14000	8	2.1
	• RM14001 hingga RM20000	8	2.1
	• Lebih RM20001	11	2.9
11	Faktor utama yang diambil kira ketika membeli minyak sawit		
	• Kesihatan	257	67.5
	• Harga	337	88.5
	• Persekitaran	203	53.3
	• Keselesaan	204	53.5
	• Rasa	213	55.9
	• Lain-lain	15	3.9
Jumlah		381	100

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Jadual 2 menunjukkan maklumat latar belakang responden. Responden kajian ini terdiri daripada 43.3% lelaki (165 orang) dan 56.7% perempuan (216 orang) daripada

keseluruhan 381 orang responden. Responden kajian berada dalam lingkungan umur antara 18 hingga 30 tahun iaitu sebanyak 80.6% berumur di antara 18 hingga 30 tahun.

Selain itu, majoriti responden sebanyak 97.4% merupakan warganegara Malaysia dan diikuti oleh 2.6% yang berasal dari luar Malaysia seperti Indonesia dan Nigeria. Promosi aktif oleh kerajaan telah meningkatkan permintaan minyak sawit sama ada oleh pengguna tempatan mahupun pengguna luar negara.

Kebanyakan responden merupakan etnik Melayu (70.6%), diikuti oleh etnik Cina (17.1%), etnik India (9.7%) dan lain-lain bangsa (2.6%). Kebanyakan responden juga beragama Islam (73.2%) diikuti oleh Buddha (14.2%), Hindu (6.0%) dan lain-lain agama (6.6%). Selanjutnya, hampir 71.9% responden adalah masih bujang manakala 26.0% responden sudah berkahwin diikuti responden yang berstatus ibu tunggal dan bapa tunggal iaitu 1.0% masing-masing.

Di samping itu, kelayakan akademik responden menunjukkan hampir 51.7% mempunyai kelulusan sehingga peringkat Ijazah Sarjana Muda, diikuti dengan mereka yang mempunyai kelulusan sekolah menengah (24.1%), Diploma (19.4%), Ijazah Sarjana (3.7%) dan Doktor Falsafah (1.1%). Kebanyakan responden kajian merupakan pelajar (58.0%), diikuti oleh 20.7% responden yang merupakan pekerja swasta, 12.9% merupakan peniaga atau bekerja sendiri, 6.6% yang bekerja di sektor kerajaan dan 1.8% lain-lain pekerjaan.

Seterusnya, bilangan isi rumah responden kebanyakannya ialah 1 hingga 5 orang (73.2%) diikuti dengan 6 hingga 10 orang (24.9%), 11 hingga 15 orang (1.0%) dan 16 hingga 20 orang (0.8%). Majoriti pendapatan kasar keluarga responden ialah RM4001 hingga RM10000 (37.8%), RM2001 hingga RM4000 (30.2%), kurang daripada RM2000 (24.9%), diikuti oleh responden yang berpendapatan lebih RM20000 (2.9%), RM10001 hingga RM14000 (2.1%) dan RM14001 hingga RM20000 (2.1%).

Faktor utama yang diambil kira ketika membeli minyak sawit ialah harga (86.9%) diikuti dengan faktor kesihatan (68.8%), 57.2% faktor rasa, 53.3% faktor persekitaran, 51.2% faktor keselesaan dan lain-lain faktor (4.2%).

4.2 *Kepenggunaan minyak sawit*

JADUAL 3. Taburan kepenggunaan minyak sawit dan jantina pengguna

Bil	Perkara	Lelaki		Perempuan		Jumlah
		Bil.	%	Bil.	%	
1	Adakah anda menggunakan minyak sawit sebagai minyak masak?					
	• Ya	152	43.6	197	56.4	349
	• Tidak	13	40.6	19	59.4	32
2	Jika Ya, nyatakan kekerapan penggunaannya dalam tempoh seminggu?					
	• 1 hingga 3 kali seminggu					
	• 4 hingga 7 kali seminggu	10	58.8	7	41.2	17
	• Lebih 7 kali seminggu	25	30.1	58	69.9	83
	• Setiap hari	0	0	13	100	13
	• Kadang kala	74	35.1	137	64.9	211
	• Lain-lain	7	77.8	2	22.2	9
3	Saya menggunakan minyak sawit sebagai					
	• Pengguna Tempatan					
	• Pengguna Antarabangsa	156	43	207	57	363
	• Penjual (Kedai runcit/Pasar raya)	3	100	0	0	3
	• Penjual Makanan	8	72.7	3	27.3	11
		40	66.7	20	33.3	60

4	Apakah jenama minyak sawit yang digunakan atau dijual?					
	• Neptune	5	50	5	50	10
	• Ve Sawit	12	37.5	20	62.5	32
	• Saji	112	40.4	165	59.6	277
	• Helang	19	40.4	28	59.6	47
	• Buruh	97	51.3	92	48.7	189
	• Aliff	120	60.3	79	39.7	199
	• Sri Murni	69	41.8	96	58.2	165
	• Lain-lain	1	3.7	26	96.3	27
5	Pemilihan minyak sawit disebabkan:					
	• Harga	152	46.3	176	53.7	328
	• Lokasi	125	77.2	37	22.8	162
	• Promosi	102	54.8	84	45.2	186
	• Jenama	109	50.7	106	49.3	215
	• Budaya	115	74.7	39	25.3	154
	• Lain-lain	0	0	22	100	22
Jumlah						381

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian menunjukkan daripada 381 orang responden, majoriti pengguna minyak masak seramai 349 orang responden merupakan perempuan (56.4%). Kebanyakan responden yang menggunakan minyak masak pada setiap hari yang berjumlah 211 orang responden ialah perempuan (64.9%). Selain itu, seramai 363 orang responden merupakan pengguna tempatan yang kebanyakannya berjantina perempuan (57%) lebih ramai berbanding lelaki (43%). Antara jenama minyak sawit yang sering digunakan atau dijual oleh responden termasuklah Saji, Aliff, Buruh dan Sri Murni. Majoriti responden menggunakan minyak Saji sebagai pilihan dengan majoritinya terdiri daripada perempuan (59.6%). Seterusnya, pemilihan minyak sawit oleh responden pula menunjukkan kebanyakan responden iaitu seramai 328 orang responden memilih faktor harga sebagai faktor utama semasa membeli minyak sawit. Majoriti responden yang memilih faktor harga adalah terdiri daripada perempuan (53.7%) lebih tinggi berbanding lelaki (46.3%).

JADUAL 4. Taburan kepenggunaan minyak sawit dan negara asal pengguna

Bil	Perkara	Malaysia		Luar Malaysia		Jumlah
		Bil.	%	Bil.	%	
1	Adakah anda menggunakan minyak sawit sebagai minyak masak?					
	• Ya	343	98.3	6	1.7	349
	• Tidak	28	87.5	4	12.5	32
2	Jika Ya, nyatakan kekerapan penggunaannya dalam tempoh seminggu?					
	• 1 hingga 3 kali seminggu	14	82.4	3	17.6	17
	• 4 hingga 7 kali seminggu	80	96.4	3	3.6	83
	• Lebih 7 kali seminggu	13	100	0	0	13
	• Setiap hari	210	99.5	1	0.5	211
	• Kadang kala	9	100	0	0	9
	• Lain-lain	46	93.9	3	6.1	49
3	Saya menggunakan minyak sawit sebagai					
	• Pengguna Tempatan					
	• Pengguna Antarabangsa	353	97.2	10	2.8	363
	• Penjual (Kedai runcit/Pasar raya)	0	0	3	100	3
	• Penjual Makanan	11	100	0	0	11
		60	100	0	0	60

4	Apakah jenama minyak sawit yang digunakan atau dijual?					
	• Neptune	7	70	3	30	10
	• Ve Sawit	32	100	0	0	32
	• Saji	274	98.9	3	1.1	277
	• Helang	47	100	0	0	47
	• Buruh	186	98.4	3	1.6	189
	• Aliff	196	98.5	3	1.5	199
	• Sri Murni	162	98.2	3	1.8	165
	• Lain-lain	23	85.2	4	14.8	27
5	Pemilihan minyak sawit disebabkan:					
	• Harga	318	97	10	3	328
	• Lokasi	159	98.1	3	1.9	162
	• Promosi	179	96.2	7	3.8	186
	• Jenama	208	96.7	7	3.3	215
	• Budaya	151	98.1	3	1.9	154
	• Lain-lain	0	0	0	0	22
Jumlah						381

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian dalam Jadual 4 menunjukkan daripada 381 orang responden, majoriti pengguna minyak masak seramai 349 orang responden merupakan pengguna yang berasal dari Malaysia (98.3%). Kebanyakan responden yang menggunakan minyak masak pada setiap hari yang berjumlah 211 orang responden ialah mereka yang berasal dari Malaysia (99.5%). Selain itu, seramai 363 orang responden merupakan pengguna tempatan yang kebanyakannya berasal dari Malaysia (97.2%) lebih ramai berbanding mereka yang berasal dari luar Malaysia termasuk Nigeria dan Indonesia (2.8%). Antara jenama minyak sawit yang sering digunakan atau dijual oleh responden termasuklah Saji, Aliff, Buruh dan Sri Murni. Majoriti responden menggunakan minyak Saji sebagai pilihan dengan majoritinya terdiri daripada pengguna dari Malaysia (98.9%). Seterusnya, pemilihan minyak sawit oleh responden pula menunjukkan kebanyakan responden iaitu seramai 328 orang responden memilih faktor harga sebagai faktor utama semasa membeli minyak sawit. Majoriti responden yang memilih faktor harga adalah terdiri dari Malaysia (97%) lebih tinggi berbanding pengguna dari luar Malaysia (3%).

4.3 Produk minyak sawit

JADUAL 5. Taburan produk minyak sawit dan jantina pengguna

Bil	Perkara	Lelaki		Perempuan		Jumlah
		Bil.	%	Bil.	%	
1	Saluran maklumat produk minyak sawit:					
	• Televisyen					
	• Radio	62	31.5	135	68.5	197
	• Suratkhbar atau Majalah	3	10.7	25	89.3	28
	• Online	15	29.4	36	70.6	51
	• Media sosial (FB, IG, dll)	70	44.3	88	55.7	158
	• Kawan, saudara mara, ibu bapa	64	41.6	90	58.4	154
	• Lain-lain	148	54.4	124	45.6	272
		0	0	3	100	3
2	Apakah topik atau isu mengenai produk minyak sawit yang pernah anda dengar dan bincang di media?					
	• Harga minyak kelapa sawit yang tidak stabil	158	48.3	169	51.7	327
	• Pengeluaran minyak sawit yang menurun	88	50.3	87	49.7	175
		93	51.1	89	48.9	182

• Pengeluaran produk minyak sawit yang tidak lestari dan menjejaskan alam sekitar	124	59.3	85	40.7	209
• Sumber pendapatan pekebun kelapa sawit yang tidak stabil	0	0	7	100	7
• Lain-lain					
3 Pernahkah anda menggunakan atau menjual minyak masak selain minyak sawit?					
• Ya	102	40.2	152	59.8	254
• Tidak	63	49.6	64	50.4	127
4 Jika Ya, sila tandakan					
• Minyak sayuran	76	39.8	115	60.2	191
• Minyak biji bunga matahari	27	33.3	54	66.7	81
• Minyak kelapa	16	26.2	45	73.8	61
• Minyak bijan	51	41.1	73	58.9	124
• Minyak kacang	6	60	4	40	10
• Lain-lain	0	0	25	100	25
Jumlah					381

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian dalam Jadual 5 menunjukkan daripada 381 orang responden, majoriti pengguna minyak masak seramai 272 orang responden memperoleh saluran maklumat mengenai minyak sawit melalui kawan, saudara mara dan ibu bapa yang kebanyakannya lelaki (54.4%). Antara topik yang banyak diperkatakan mengenai minyak sawit di media ialah harga minyak sawit yang tidak stabil iaitu seramai 327 orang responden. Sebanyak 51.7% responden perempuan berpendapat bahawa harga minyak sawit di pasaran adalah tidak stabil. Selain itu, kebanyakan responden perempuan (59.8%) pernah menggunakan atau menjual minyak masak selain minyak sawit daripada sejumlah 254 orang responden yang bersetuju dengan pernyataan itu. Majoriti responden perempuan (60.2%) turut memilih minyak sayuran sebagai minyak yang paling banyak digunakan atau dijual di pasaran.

JADUAL 6. Taburan produk minyak sawit dan negara asal pengguna

Bil	Perkara	Malaysia		Luar Malaysia		Jumlah
		Bil.	%	Bil.	%	
1	Saluran maklumat produk minyak sawit:					
	• Televisyen	193	98	4	2	197
	• Radio	28	100	0	0	28
	• Suratkhbar atau Majalah	47	92.2	4	7.8	51
	• Online	151	95.6	7	4.4	158
	• Media sosial (FB, IG, dll)	154	100	0	0	154
	• Kawan, saudara mara, ibu bapa	269	99	3	1	272
	• Lain-lain	3	100	0	0	3
2	Apakah topik atau isu mengenai produk minyak sawit yang pernah anda dengar dan bincang di media?					
	• Harga minyak kelapa sawit yang tidak stabil	317	97	10	3	327
	• Pengeluaran minyak sawit yang menurun	175	100	0	0	175
	• Pengeluaran produk minyak sawit yang tidak lestari dan menjejaskan alam sekitar	175	96.2	7	3.8	182
	• Sumber pendapatan pekebun kelapa sawit yang tidak stabil	206	98.6	3	1.4	209

• Lain-lain	8	100	0	0	8
3 Pernahkah anda menggunakan atau menjual minyak masak selain minyak sawit?					
• Ya	244	96.1	10	3.9	254
• Tidak	127	100	0	0	127
4 Jika Ya, sila tandakan					
• Minyak sayuran	181	95	10	5	191
• Minyak biji bunga matahari	78	96.3	3	3.7	81
• Minyak kelapa	58	95.1	3	4.9	61
• Minyak bijan	118	95.2	6	4.8	124
• Minyak kacang	10	100	0	0	10
• Lain-lain	25	100	0	0	25
Jumlah					381

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian dalam Jadual 6 menunjukkan daripada 381 orang responden, majoriti pengguna minyak masak seramai 272 orang responden memperoleh saluran maklumat mengenai minyak sawit melalui kawan, saudara mara dan ibu bapa yang kebanyakannya berasal dari Malaysia (99%). Antara topik yang banyak diperkatakan mengenai minyak sawit di media ialah harga minyak sawit yang tidak stabil iaitu seramai 327 orang responden. Sebanyak 98.6% responden yang berasal dari Malaysia berpendapat bahawa harga minyak sawit di pasaran adalah tidak stabil. Selain itu, kebanyakan responden yang berasal dari Malaysia (96.1%) pernah menggunakan atau menjual minyak masak selain minyak sawit daripada sejumlah 254 orang responden yang bersetuju dengan pernyataan itu. Majoriti responden dari Malaysia (90.5%) turut memilih minyak sayuran sebagai minyak yang paling banyak digunakan atau dijual di pasaran berbanding responden yang berasal dari Nigeria dan Indonesia sebanyak 5%.

4.4 Faktor pemilihan minyak sawit

Jadual berikut menunjukkan taburan faktor pemilihan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia.

JADUAL 7. Taburan faktor pemilihan minyak sawit dan jantina pengguna

Bil	Pernyataan	Anda memilih minyak masak berdasarkan? (%)			Jumlah
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju Sangat Setuju	
1 Mutu dan kualiti	Lelaki	0	4 (2.4)	133 (80.6)	165
	Perempuan	0	0	100 (46.3)	216
2 Jenama terkenal	Lelaki	0	43 (26.1)	113 (68.5)	165
	Perempuan	10 (4.6)	37 (17.1)	130 (60.2)	216
3 Mesra alam	Lelaki	0	10 (6.1)	141 (85.5)	165
	Perempuan	0	6 (2.7)	108 (50)	216
4 Berkhasiat	Lelaki	3 (1.8)	4 (2.4)	137 (83)	165
	Perempuan	3 (1.4)	17 (7.9)	79 (36.6)	216
5 Botol menarik	Lelaki	6 (3.6)	52 (31.5)	100 (60.6)	165
	Perempuan	18 (8.3)	65 (30.1)	96 (44.4)	216

6	Pembungkusan yang baik					
	Lelaki	0	27 (16.4)	124 (75.2)	14 (8.5)	165
	Perempuan	0	18 (8.3)	123 (56.9)	75 (34.7)	216
7	Tradisi keluarga					
	Lelaki	3 (1.8)	24 (14.5)	107 (64.8)	31 (18.8)	165
	Perempuan	16 (7.4)	32 (14.8)	77 (35.6)	91 (42.1)	216
8	Kepelbagaian penggunaan					
	Lelaki					
	Perempuan	0	16 (9.7)	135 (81.8)	14 (8.5)	165
		4 (1.9)	11 (5.1)	109 (50.5)	92 (42.6)	216
9	Harga murah dan berpatutan					
	Lelaki	0	7 (4.2)	99 (60)	59 (35.8)	165
	Perempuan	2 (0.9)	1 (0.5)	75 (34.7)	138 (63.9)	216
	Jumlah					381

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Jadual 7 menunjukkan taburan faktor pembelian minyak sawit dan jantina pengguna minyak sawit. Daripada jumlah 381 orang responden, terdapat 165 orang responden lelaki dan 216 orang responden perempuan.

Bagi faktor mutu dan kualiti, majoriti responden lelaki bersetuju (80.6%) manakala majoriti responden perempuan sangat bersetuju sebanyak 53.7% dan bersetuju (46.3%). Bagi faktor jenama yang terkenal, kebanyakan responden lelaki (68.5%) dan 60.2% responden bersetuju dengan faktor tersebut. Selain itu, sebanyak 85.5% responden lelaki dan 50% dan 47.2% responden perempuan memilih setuju dan sangat setuju bahawa faktor mesra alam mempengaruhi permintaan minyak sawit.

Bagi faktor khasiat pula, majoriti 83% responden lelaki bersetuju dan 54.2% serta 36.6% responden perempuan memilih skala sangat setuju dan setuju bahawa faktor khasiat menjadi pendorong pemilihan minyak sawit. Selanjutnya, sebanyak 60.6% responden lelaki bersetuju manakala 44.4% dan 17.1% responden perempuan bersetuju dan sangat bersetuju bahawa faktor botol yang menarik mampu mempengaruhi pembelian minyak sawit dalam kalangan pengguna. Bagi faktor pembungkusan yang baik pula, kebanyakan responden iaitu 75.2% responden lelaki dan 74.5% responden perempuan memilih untuk bersetuju dengan pernyataan tersebut.

Di samping itu, hasil kajian memperlihatkan sebanyak 64.8% responden lelaki yang bersetuju dan responden perempuan sebanyak 42.1% yang sangat setuju serta 35.6% responden yang bersetuju bahawa faktor tradisi keluarga mempengaruhi permintaan minyak sawit. Bagi faktor kepelbagaian penggunaan, kebanyakan responden iaitu sebanyak 81.8% responden lelaki bersetuju manakala responden perempuan sebanyak 50.5% bersetuju dan 42.6% sangat bersetuju dengan pernyataan yang diajukan. Seterusnya, majoriti responden lelaki 60% bersetuju dan 35.8% sangat bersetuju manakala responden perempuan sebanyak 63.9% sangat bersetuju dan 34.7% bersetuju bahawa faktor harga yang murah dan berpatutan mendorong pengguna untuk membeli minyak sawit.

Oleh itu, kebanyakan responden sama ada lelaki mahupun wanita bersetuju dengan kesemua faktor yang diajukan. Apabila diteliti, majoriti responden lelaki (85.5%) memilih faktor mesra alam dan responden perempuan (63.9%) memilih harga murah dan berpatutan sewaktu melakukan pembelian minyak sawit. Tidak dapat dinafikan, produk minyak sawit merupakan produk mesra alam dengan hanya menggunakan penanaman tradisional tanpa melalui proses yang rumit. Selain itu, prestasi minyak sawit adalah sangat dipengaruhi oleh harga minyak-minyak lain iaitu harga minyak kacang soya, harga minyak kelapa, harga minyak bunga matahari dan harga minyak zaitun. Pengguna atau pengeluar sering mengubah gaya penggunaan minyak kelapa sawit atau minyak lain jika berlaku sebarang perubahan harga pada minyak-minyak tertentu.

JADUAL 8. Taburan faktor pemilihan minyak sawit dan negara asal pengguna

Bil	Pernyataan	Anda memilih minyak masak berdasarkan? (%)				Jumlah
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Mutu dan kualiti					
	Malaysia	0	4 (1.1)	227 (61.2)	140 (37.7)	371
	Luar Malaysia	0	0	6 (60)	4 (40)	10
2	Jenama terkenal					
	Malaysia	10 (2.7)	77 (20.8)	236 (63.6)	48 (12.9)	371
	Luar Malaysia	0	3 (30)	7 (70)	0	10
3	Mesra alam					
	Malaysia	0	13 (3.5)	246 (66.3)	112 (30.2)	371
	Luar Malaysia	0	3 (30)	3 (30)	4 (40)	10
4	Berkhasiat					
	Malaysia	6 (1.6)	21 (5.7)	210 (56.6)	134 (36.1)	371
	Luar Malaysia	0	0	6 (60)	4 (40)	10
5	Botol menarik					
	Malaysia	20 (5.4)	111 (29.9)	196 (52.8)	44 (11.9)	371
	Luar Malaysia	4 (40)	6 (60)	0	0	10
6	Pembungkusan yang baik					
	Malaysia	0	45 (12.1)	241 (65)	85 (22.9)	371
	Luar Malaysia	0	0	6 (60)	4 (40)	10
7	Tradisi keluarga					
	Malaysia	19 (5.1)	56 (15.1)	178 (48)	118 (31.8)	371
	Luar Malaysia	0	0	6 (60)	4 (40)	10
8	Kepelbagaian penggunaan					
	Malaysia	4 (1.1)	24 (6.5)	241 (65)	102 (27.5)	371
	Luar Malaysia	0	3 (30)	3 (30)	4 (40)	10
9	Harga murah dan berpatutan					
	Malaysia	2 (0.5)	8 (2.2)	171 (46.1)	190 (51.2)	371
	Luar Malaysia	0	0	3 (30)	7 (70)	10
Jumlah					381	

Sumber: Kajian lapangan 2021

Jadual 8 menunjukkan taburan faktor pembelian minyak sawit dan negara asal pengguna minyak sawit. Daripada jumlah 381 orang responden, terdapat 371 orang responden dari Malaysia dan 10 orang responden yang berasal dari luar Malaysia.

Bagi faktor mutu dan kualiti, majoriti responden yang berasal dari Malaysia bersetuju (61.2%) dan sangat bersetuju (37.7%) manakala majoriti responden dari luar Malaysia bersetuju (60%) dan sangat bersetuju (40%). Bagi faktor jenama yang terkenal, kebanyakan responden dari Malaysia bersetuju (63.6%) dan 12.9% responden sangat setuju manakala 70% responden dari luar Malaysia bersetuju dengan faktor tersebut. Selain itu, sebanyak 66.3% responden dari Malaysia dan 30.2% responden sangat setuju manakala terdapat 40% dan 30% responden dari luar Malaysia lelaki dan memilih setuju dan sangat setuju bahawa faktor mesra alam mempengaruhi permintaan minyak sawit.

Bagi faktor khasiat pula, sebanyak 56.6% responden dan 36.1% responden dari Malaysia bersetuju dan sangat bersetuju manakala 60% serta 40% responden dari luar Malaysia memilih skala sangat setuju dan setuju bahawa faktor khasiat menjadi pendorong pemilihan minyak sawit. Selanjutnya, sebanyak 52.8% dan 11.9% responden dari Malaysia bersetuju dan sangat setuju tetapi kesemua responden dari luar Malaysia tidak bersetuju (60%) dan sangat tidak setuju (40%) bahawa faktor botol yang menarik mampu mempengaruhi pembelian minyak sawit dalam kalangan pengguna. Bagi faktor

pembungkusan yang baik pula, kebanyakan responden iaitu 65% responden dari Malaysia dan 60% responden dari luar Malaysia memilih untuk bersetuju dengan pernyataan tersebut.

Disamping itu, hasil kajian memperlihatkan sebanyak 48% responden dan 31.8% responden dari Malaysia bersetuju manakala responden dari luar Malaysia sebanyak 60% bersetuju dan 40% sangat setuju bahawa faktor tradisi keluarga mempengaruhi permintaan minyak sawit. Bagi faktor kepelbagaian penggunaan, kebanyakan responden iaitu sebanyak 65% responden dari Malaysia bersetuju manakala responden dari luar Malaysia sebanyak 40% sangat bersetuju dan 30% bersetuju dengan pernyataan yang diajukan. Seterusnya, majoriti responden dari luar Malaysia iaitu 51.2% sangat bersetuju dan 46.1% bersetuju manakala responden dari luar Malaysia sebanyak 70% sangat bersetuju dan 30% bersetuju bahawa faktor harga yang murah dan berpatutan mendorong pengguna untuk membeli minyak sawit.

Oleh itu, kebanyakan responden sama ada yang berasal dari Malaysia mahupun luar Malaysia bersetuju dengan kesemua faktor yang diajukan. Apabila diteliti, majoriti responden dari Malaysia (66.3%) memilih faktor mesra alam dan responden dari luar Malaysia (70%) memilih harga murah dan berpatutan sewaktu membuat pembelian minyak sawit. Jadual berikut menunjukkan lokasi memperoleh minyak masak.

JADUAL 9. Lokasi Memperoleh Minyak Masak

Lokasi mendapatkan minyak masak										
Bil	Pernyataan	Pilihan (f%)								Min (Mean)
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		
B1	Kedai runcit sekitar tempat tinggal	12	3.1	19	5.0	199	52.2	151	39.6	3.28
B2	Hypermarket / supermarket / Pusat membeli-belah	0	0	12	3.2	187	49.1	182	47.8	3.45
B3	Terus daripada kilang	104	27.3	151	39.6	111	29.1	15	3.9	2.10
B4	Ejen / Pengedar / Pemborong	94	24.7	134	35.2	131	34.4	22	5.8	2.21
Min Keseluruhan						11.04				

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Jadual 9 menunjukkan lokasi mendapatkan minyak masak di Malaysia. Majoriti responden iaitu seramai 187 orang (49.1%) bersetuju, 182 orang (47.8%) sangat bersetuju dan hanya 12 orang (3.2%) sahaja yang tidak bersetuju bahawa hypermarket, supermarket dan pusat membeli-belah menjadi lokasi utama pembelian minyak masak. Hal ini berkemungkinan kerana hypermarket, supermarket dan pusat membeli-belah merupakan lokasi yang mudah didapati dan lebih fleksibel bagi semua pengguna di Malaysia. Darjah ketersampaian untuk memperoleh minyak masak turut menjadi faktor pemilihan minyak sawit dalam kalangan pengguna.

Selanjutnya, kebanyakan responden juga memperoleh minyak masak dari kedai runcit sekitar tempat tinggal. Terdapat 199 orang (52.2%) bersetuju, 151 orang (39.6%) sangat bersetuju, 19 orang (5.0%) tidak bersetuju dan 12 orang (3.1%) sangat tidak bersetuju. Ini menunjukkan ramai pengguna yang lebih gemar memperoleh minyak masak dari kedai runcit sekitar tempat tinggal kerana lokasinya yang dekat dan mudah didapati. Walaupun terdapat dakwaan bahawa minyak masak paket agak sukar untuk diperolehi dan mengakibatkan harga minyak masak botol meningkat, tetapi pihak peruncit berusaha untuk menghadkan pembelian untuk seorang pengguna bagi memenuhi keperluan seharian. Justeru itu, kedai runcit masih menjadi lokasi pilihan pengguna minyak masak di Malaysia.

Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa lokasi memperoleh minyak masak yang dikaji, lebih 50% bersetuju dan sangat bersetuju dengan pilihan kedai runcit sekitar tempat tinggal dan hypermarket atau supermarket atau pusat membeli belah. Walau bagaimanapun, lebih 50% tidak bersetuju dengan pilihan ejen, pengedar dan pilihan terus daripada kilang. Min keseluruhan bagi lokasi mendapatkan minyak sawit ini adalah 11.04 dan skor min adalah rendah. Jadual 10 menunjukkan kriteria promosi minyak masak di Malaysia.

JADUAL 10. Kriteria Promosi Minyak Masak

Kriteria promosi minyak masak										
Bil	Pernyataan	Pilihan (f/%)								Min (Mean)
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju	Setuju		Sangat Setuju			
C1	Iklan berkesan	12	3.1	14	3.7	251	65.9	104	27.3	3.17
C2	Jenama mudah dikenali	10	2.6	11	2.9	199	52.2	161	42.3	3.34
C3	Sagu hati	13	3.4	78	20.5	219	57.5	71	18.6	2.91
C4	Pameran produk menarik	4	1.0	51	13.4	231	60.6	95	24.9	3.09
C5	Kempen berkesan	10	2.6	53	13.9	219	57.5	99	26.0	3.07
C6	Label dan piawaian	3	0.8	26	6.8	223	58.5	129	33.9	3.25
C7	Hebahan berkesan	6	1.6	33	8.7	235	61.7	107	28.1	3.16
C8	Cara pembungkusan	0	0	34	8.9	230	60.4	117	30.7	3.22
Min Keseluruhan						25.21				

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Berdasarkan Jadual 10, kajian menunjukkan kriteria promosi minyak masak dalam kalangan pengguna disebabkan oleh jenama yang mudah dikenali iaitu didapati 199 orang (52.2%) bersetuju, 161 orang (42.3%) sangat bersetuju, 11 orang (2.9%) tidak bersetuju dan hanya 10 orang (2.6%) sangat tidak bersetuju. Oleh itu, hal ini membuktikan 94.5% pengguna minyak masak menggunakan minyak masak disebabkan oleh kriteria promosi jenama yang mudah dikenali kerana telah terbukti mutu dan kualiti produk tersebut selain kepercayaan pengguna terhadap suatu produk.

Selain itu, kriteria promosi minyak masak yang menjadi pilihan pengguna juga disebabkan oleh label dan piawaian minyak masak. Terdapat 223 orang (58.5%) bersetuju, 129 orang (33.9%) sangat bersetuju, 26 orang (6.8%) tidak bersetuju dan 3 orang (0.8%) sangat tidak bersetuju. Hal ini menunjukkan sebanyak 92.4% pengguna minyak masak memilih kriteria promosi minyak masak disebabkan oleh label dan piawaian minyak masak agar dapat memenuhi keperluan tanpa mengabaikan kualiti produk minyak masak.

Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa kriteria promosi minyak masak yang dikaji, lebih 50% bersetuju dan sangat bersetuju dengan kriteria-kriteria yang dikemukakan. Min keseluruhan bagi faktor pemilihan minyak masak adalah 25.21 dan skor min adalah tinggi.

4.5 *Kesan kepenggunaan minyak sawit dalam kalangan pengguna*

Jadual berikut menunjukkan kebaikan atau kesan minyak sawit kepada kesihatan pengguna di Malaysia.

JADUAL 11. Dimensi Kesihatan Manusia

Dimensi Kesihatan Manusia												
Bil	Pernyataan	Pilihan (f%)										Min (Mean)
		Tidak Pasti		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		
D1	Mempunyai kandungan lemak yang baik	20	5.2	6	1.6	18	4.7	221	58.0	116	30.4	4.07
D2	Mempunyai antioksidasi yang tinggi	49	12.9	3	0.8	22	5.8	207	54.3	100	26.2	3.80
D3	Dapat meningkatkan daya tahan badan	49	12.9	8	2.1	19	5.0	230	60.4	75	19.7	3.72
D4	Dapat mencegah penyakit otak	176	46.2	10	2.6	52	13.6	72	18.9	71	18.6	2.61
D5	Dapat menurunkan kolesterol	108	28.3	3	0.8	59	15.5	143	37.5	68	17.8	3.16
D6	Dapat meningkatkan penyerapan vitamin badan	45	11.8	10	2.6	35	9.2	222	58.3	69	18.1	3.68
D7	Meningkatkan kesihatan kulit dan rambut	48	12.6	17	4.5	47	12.3	198	52.0	71	18.6	3.60
D8	Mengelakkan penyakit jantung bermasalah	172	45.1	27	7.1	43	11.3	73	19.2	66	17.3	2.56
Min Keseluruhan								27.20				

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian menunjukkan kebaikan atau kesan minyak sawit kepada kesihatan pengguna di Malaysia. Majoriti responden memilih kesan kandungan lemak yang baik dalam minyak masak. Terdapat 221 orang (58.0%) bersetuju, 116 orang (30.4%) sangat bersetuju, 20 orang (5.2%) tidak pasti, 18 orang (4.7%) tidak bersetuju dan hanya 6 orang (1.6%) sangat tidak bersetuju. Oleh itu, hal ini membuktikan 88.4% pengguna minyak masak menggunakan minyak masak kerana didapati mempunyai kandungan lemak yang baik sama ada bagi minda mahu pun tubuh badan manusia.

Selain itu, kebaikan minyak sawit juga mempunyai antioksidasi yang tinggi dalam badan. Terdapat 207 orang (54.3%) bersetuju, 100 orang (26.2%) sangat bersetuju, 49 orang (12.9%) tidak pasti, 22 orang (5.8%) tidak bersetuju dan 3 orang (0.8%) sangat tidak bersetuju. Hal ini menunjukkan sebanyak 80.5% pengguna minyak masak menggunakan minyak masak kerana didapati mempunyai antioksidasi yang tinggi dalam badan. Selain dapat membantu masalah kekurangan vitamin serta menyokong jantung dalam menangani stress, ia juga mampu mengawal tahap kolesterol, pengaliran darah serta mengurangkan tekanan darah.

Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa kebaikan serta kesan minyak sawit mampu memberi manfaat yang baik kepada kesihatan pengguna, lebih 50% bersetuju dan sangat bersetuju dengan kesan-kesan yang dikemukakan. Min keseluruhan bagi kebaikan minyak sawit berdasarkan dimensi kesihatan adalah 27.20 dan skor min adalah tinggi. Jadual 12 menunjukkan impak minyak sawit kepada pembangunan ekonomi di Malaysia.

JADUAL 12. Pembangunan Ekonomi

Pembangunan Ekonomi												
Bil	Pernyataan	Pilihan (f%)										Min (Mean)
		Tidak Pasti		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		
E1	Menyokong produk tempatan	9	2.4	0	0	2	0.5	117	30.7	253	66.4	4.59
E2	Meningkatkan ekonomi	7	1.8	0	0	8	2.1	127	33.3	239	62.7	4.55
E3	Menyokong Industri Kecil dan Sederhana (IKS) tempatan	4	1.0	3	0.8	4	1.0	132	34.6	238	62.5	4.57
E4	Melahirkan lebih banyak usahawan tempatan	4	1.0	3	0.8	0	0	140	36.7	234	61.4	4.57
E5	Meningkatkan peluang pekerjaan	3	0.8	0	0	12	3.1	124	32.5	242	63.5	4.58
E6	Peningkatan penawaran produk tempatan	4	1.0	0	0	0	0	129	33.9	248	65.1	4.62
E7	Menyokong sumber pendapatan utama penduduk tempatan	8	2.1	0	0	7	1.8	125	32.8	241	63.3	4.55
Min Keseluruhan								32.03				

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Jadual 12 menunjukkan impak minyak sawit kepada pembangunan ekonomi di Malaysia. Majoriti responden memilih peningkatan penawaran produk tempatan yang membantu pembangunan ekonomi di Malaysia. Terdapat 248 orang (65.1%) sangat bersetuju, 129 orang (33.9%) bersetuju dan hanya 4 orang (1.0%) tidak pasti. Oleh itu, hal ini membuktikan 99% pengguna minyak masak menggunakan minyak masak kerana mampu meningkatkan penawaran produk tempatan di Malaysia. Produk minyak sawit akan lebih banyak dihasilkan dan dikenali serta produktivitiya dapat membantu dalam membangunkan ekonomi Malaysia.

Selain itu, impak minyak sawit juga dapat menyokong produk tempatan. Terdapat 253 orang (66.4%) sangat bersetuju, 117 orang (30.7%) bersetuju, 9 orang (2.4%) tidak pasti dan 2 orang (0.5%) tidak bersetuju. Hal ini menunjukkan sebanyak 97.1% pengguna minyak masak menggunakan minyak masak kerana didapati menyokong produk tempatan yang sering menjadi sumber minyak sawit utama negara-negara luar seperti China, India dan sebagainya. Pembelian minyak sawit oleh pengguna tempatan sebenarnya telah menunjukkan tanda sokongan oleh rakyat kerana telah meningkatkan permintaan dan penawaran produk minyak sawit tempatan.

Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa impak minyak sawit mampu memberi kesan yang memberangsangkan kepada pembangunan ekonomi di Malaysia, lebih 50% bersetuju dan sangat bersetuju dengan impak-impak yang diajukan. Min keseluruhan bagi kebaikan minyak sawit berdasarkan dimensi kesihatan adalah 32.03 dan skor min adalah tinggi. Jadual 13 menunjukkan kesan minyak sawit kepada sosial penduduk di Malaysia.

JADUAL 13. Dimensi Sosial

Dimensi Sosial												
Bil	Pernyataan	Pilihan (f%)										Min (Mean)
		Tidak Pasti		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju		
F1	Membina satu komuniti yang sihat	29	7.6	13	3.4	26	6.8	204	53.5	109	28.6	3.92
F2	Budaya menggalakkan produk tempatan	8	2.1	9	2.4	0	0	208	54.6	156	40.9	4.30
F3	Minyak sawit menyumbang kepada keadaan kerja yang baik dan selamat bagi pekerja	12	3.1	9	2.4	30	7.9	201	52.8	129	33.9	4.12
F4	Budaya tempatan menggalakkan penggunaan minyak sawit	8	2.1	18	4.7	3	0.8	200	52.5	152	39.9	4.23
Min Keseluruhan								16.57				

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian menunjukkan kesan minyak sawit kepada sosial penduduk di Malaysia. Majoriti responden berpendapat bahawa budaya menggalakkan produk tempatan adalah terlaksana. Terdapat 208 orang (54.6%) bersetuju, 156 orang (40.9%) sangat bersetuju, 9 orang (2.4%) sangat tidak setuju dan 8 orang (2.1%) tidak pasti. Oleh itu, hal ini membuktikan 95.5% pengguna minyak masak berpendapat ianya mampu menjadi budaya dalam masyarakat bagi menggalakkan produk tempatan lebih daripada produk luar negara sekaligus membantu pembangunan ekonomi di Malaysia. Hal ini sekaligus menyebabkan produk tempatan mula meraih kepercayaan pengguna dan berpotensi untuk meluaskan jaringan perhubungan sosial sedia ada.

Selain itu, kesan minyak sawit juga budaya tempatan yang menggalakkan penggunaan minyak sawit. Terdapat 200 orang (52.5%) bersetuju, 152 orang (39.9%) sangat bersetuju, 18 orang (4.7%) sangat tidak bersetuju, 8 orang (2.1%) tidak pasti dan 3 orang (0.8%) tidak bersetuju. Hal ini menunjukkan sebanyak 92.4% pengguna minyak masak berpendapat budaya tempatan mampu menggalakkan pengguna minyak sawit lebih-lebih lagi generasi masa hadapan. Masyarakat dilihat mampu menggalakkan minyak sawit agar tidak ketinggalan dengan produk minyak sawit luar negara.

Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa kesan minyak sawit kepada sosial mampu memberi manfaat kepada pengguna, lebih 50% bersetuju dan sangat bersetuju dengan kesan-kesan yang dikemukakan. Min keseluruhan bagi kebaikan minyak sawit dari segi sosial adalah 16.57 dan skor min adalah tinggi. Jadual 14 menunjukkan kesan minyak sawit kepada alam sekitar di Malaysia.

JADUAL 14. Dimensi Impak Alam Sekitar

Bil	Pernyataan	Pilihan (f%)					Min (Mean)					
		Tidak Pasti	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju	Setuju		Sangat Setuju				
G1	Menyebabkan pencemaran air	46	12.1	20	5.2	67	17.6	204	53.5	44	11.5	3.47
G2	Menyebabkan pencemaran udara dan bau	37	9.7	20	5.2	52	13.6	233	61.2	37	9.7	3.56
G3	Menjejaskan habitat tumbuhan	49	12.9	8	2.1	19	5.0	230	60.4	75	19.7	3.36
G4	Menjejaskan habitat haiwan	57	15.0	25	6.6	68	17.8	187	49.1	44	11.5	3.32
G5	Meningkatkan suhu bumi	54	14.2	20	5.2	54	14.2	220	57.7	33	8.7	3.41
Min Keseluruhan		17.12										

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Berdasarkan hasil kajian, kajian menunjukkan kesan minyak sawit kepada alam sekitar di Malaysia. Majoriti responden berpendapat bahawa minyak sawit mampu menyebabkan pencemaran udara dan bau. Hal ini demikian kerana terdapat 233 orang (61.2%) bersetuju, 52 orang (13.6%) tidak bersetuju, 37 orang (9.7%) sangat bersetuju, 37 orang (9.7%) tidak pasti dan 20 orang (5.2%) sangat tidak bersetuju. Oleh itu, hal ini membuktikan 70.9% pengguna minyak masak berpendapat ianya mampu mengakibatkan pencemaran udara dan bau yang terhasil daripada kilang-kilang atau kawasan perindustrian minyak sawit itu sendiri.

Selain itu, kesan minyak sawit juga akan mengakibatkan pencemaran air berlaku. Terdapat 204 orang (53.5%) bersetuju, 67 orang (17.6%) tidak bersetuju, 46 orang (12.1%) tidak pasti, 44 orang (11.5%) sangat bersetuju dan 20 orang (5.2%) sangat tidak bersetuju. Hal ini menunjukkan sebanyak 71.1% pengguna minyak masak berpendapat pencemaran air yang berlaku adalah berpunca daripada lokasi pemprosesan minyak sawit dan mengakibatkan ketidakselesaan dan gangguan bekalan air pada masa-masa tertentu.

Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa kesan minyak sawit kepada alam sekitar telah mengganggu kehidupan seharian pengguna, lebih 50% bersetuju dan sangat bersetuju dengan kesan-kesan yang diutarakan. Min keseluruhan bagi kebaikan minyak sawit dari segi sosial adalah 17.12 dan skor min adalah tinggi. Jadual berikut menunjukkan tahap kepuasan hati pengguna terhadap produk minyak sawit yang digunakan atau dijual di Malaysia.

JADUAL 15. Tahap kepuasan hati pengguna terhadap produk minyak sawit

Bil	Perkara	Kekerapan	Peratus (%)
1	Adakah anda berpuas hati dengan produk minyak sawit yang digunakan atau dijual?		
	• Ya	354	92.9
	• Tidak	27	7.1
	Jumlah	381	100

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Berdasarkan Jadual 15, majoriti responden iaitu seramai 354 orang (92.9%) berpuas hati terhadap produk minyak sawit yang digunakan atau dijual. Manakala seramai 27 orang (7.1%) tidak berpuas hati terhadap produk minyak sawit yang digunakan atau dijual. Menurut pengguna, majoriti mereka berpuas hati kerana harga minyak sawit adalah berpatutan, berkualiti, mudah diperoleh, membantu ekonomi negara dan sebagainya. Walau bagaimanapun, beberapa orang responden berpendapat mereka tidak berpuas hati disebabkan oleh faktor alam sekitar yang terjejas akibat pemprosesan minyak sawit, harga yang tidak menentu dan sebagainya. Jadual 16 menunjukkan sejauhmana pengguna di Malaysia sanggup membayar harga yang lebih tinggi untuk minyak sawit sekiranya kelestarian minyak sawit meningkat.

JADUAL 16. Tahap kesanggupan pengguna membayar harga yang lebih tinggi sekiranya kelestarian minyak sawit meningkat

Bil	Perkara	Kekerapan	Peratus (%)
1	Adakah anda sanggup membayar harga yang lebih tinggi untuk minyak sawit sekiranya kelestarian minyak sawit meningkat?		
	• Ya	291	76.4
	• Tidak	90	23.6
	Jumlah	381	100

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Hasil kajian menunjukkan kebanyakan responden sanggup membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk minyak sawit sekiranya kelestarian minyak sawit meningkat. Terdapat 291 orang responden (76.4%) sanggup membayar harga yang lebih tinggi manakala 90 orang (23.6%) tidak sanggup membayar untuk harga yang lebih tinggi. Pengguna berpendapat bahawa mereka sanggup membayar harga yang tinggi demi kelestarian minyak sawit kerana kesihatan yang lebih baik dapat diperolehi dan sekaligus dapat membantu ekonomi negara. Manakala segelintir pengguna mengatakan tidak kerana kos sara hidup yang sememangnya tinggi tidak memungkinkan mereka membayar harga yang lebih tinggi untuk minyak sawit yang menjadi keperluan harian.

Antara cadangan pengguna minyak sawit ialah menggunakan produk minyak sawit buatan Malaysia dengan lebih kerap bagi membantu ekonomi negara. Mutu dan kualiti perlulah setanding dengan harga yang dibayar agar dapat menarik lebih ramai pengguna minyak masak dalam negara. Kerajaan juga boleh mempromosikan produk-produk minyak sawit negara yang dihasilkan melalui pengeluaran dan pembangunan mapan. Selain itu, kawal selia yang dilakukan oleh pihak berkuasa hendaklah secara menyeluruh agar dapat membendung masalah pencemaran yang berpunca daripada kilang-kilang atau kawasan perindustrian minyak sawit. Hal ini sekaligus dapat menyelamatkan kelestarian alam sekitar dan meningkatkan produktiviti produk minyak sawit tempatan.

4.6 Perbincangan

Dapatan kajian ini memberi gambaran mengenai pandangan pengguna terhadap kepenggunaan minyak sawit di Malaysia. Kajian mendapati persepsi pengguna terhadap industri minyak sawit adalah positif dengan majoriti pengguna tidak kira daripada pelbagai latar belakang demografi masih menggunakan minyak sawit berbanding minyak masak lain seperti minyak bijan, minyak sayuran dan sebagainya. Majoriti pengguna minyak sawit adalah terdiri daripada perempuan yang berusia 18 hingga 35 tahun dan berasal dari Malaysia. Hal ini berkemungkinan kerana perempuan lebih cenderung untuk melakukan

kerja-kerja domestik termasuklah memasak menggunakan minyak masak terutamanya minyak sawit (Colonius Atang & Dg Norizah Ag Kiflee 2014).

Pelbagai faktor yang dikenalpasti telah mempengaruhi permintaan minyak sawit dalam kalangan pengguna termasuklah harga, kualiti, jenama, khasiat, produk, budaya dan sebagainya. Hasil analisis yang dilakukan mendapati bahawa pengguna tempatan, pengguna antarabangsa atau penjual lebih cenderung menggunakan minyak sawit pada setiap hari. Jenama yang menjadi kegemaran pengguna termasuklah Saji, Aliff dan Buruh yang dominan dipilih oleh responden yang kebanyakannya yang direkomendasikan oleh rakan, saudara mara dan ibu bapa. Selain itu, topik yang sering menjadi isu sama ada di media sosial mahupun media massa termasuklah harga minyak kelapa sawit yang tidak stabil sekaligus menjejaskan sumber pendapatan pekebun kelapa sawit. Majoriti responden juga pernah menggunakan minyak masak selain minyak sawit seperti minyak sayuran, minyak bijan dan sebagainya. Hal ini amat disokong oleh faktor harga yang tidak stabil yang mengakibatkan pengguna mudah beralih arah dan berubah cita rasa. Tidak dapat dinafikan kebanyakan responden berpendapat perihal yang sama bahawa faktor harga yang murah dan berpatutan adalah penyebab mereka masih menggunakan minyak sawit sebagai minyak masak (Er Ah Choy et al. 2020). Sementelahan, kesan penggunaan minyak sawit turut memberi impak terhadap pelbagai dimensi pembangunan termasuklah dimensi kesihatan, sosial dan ekonomi. Menurut responden, minyak sawit memiliki kandungan lemak yang baik dari segi kesihatannya, budaya membeli minyak sawit juga dapat menggalakkan produk tempatan agar terus berkembang dan membangun. Sungguhpun begitu, industri minyak sawit juga dikatakan memberi impak yang kurang baik terutamanya dalam penghasilan minyak itu sendiri.

Oleh itu, kawalan harga dan pewartaan undang-undang yang lebih ketat terhadap pengilang yang tidak bertanggungjawab perlu dipertimbangkan agar pengguna lebih berasa yakin dengan produk tempatan lebih-lebih lagi minyak sawit yang telah menjadi keperluan harian masyarakat di Malaysia. Selain itu, usaha pendidikan dan kesedaran alam sekitar bagi masyarakat setempat juga perlu dipergiatkan. 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.

Limitasi kajian ini adalah dari aspek responden yang terhad dan majoritinya wanita. Teknik persampelan juga tidak dapat menggambarkan populasi sebenar di Malaysia kerana soal selidik disebarikan secara atas talian dan lokasi sebenar responden juga tidak direkodkan. Namun begitu, kajian ini menyumbang dari aspek tinjauan pandangan dan gelagat pengguna yang lebih terperinci, di samping memerhatikan permintaan pengguna minyak sawit di Malaysia.

5. Kesimpulan

Secara rumusannya, kajian ini telah berjaya mengungkap persoalan mengenai faktor yang mempengaruhi permintaan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia dan impaknya terhadap industri minyak sawit. Daripada hasil yang diperolehi, pengaruh pembelian minyak sawit adalah amat dititikberatkan oleh faktor harga yang berpatutan akibat kos sara hidup yang tinggi. Faktor mesra alam, faktor kesihatan dan faktor tradisi keluarga juga tidak kurang pentingnya dalam menentukan permintaan minyak sawit dalam negara. Bukan sahaja pengguna tempatan malahan pengguna dari luar negara juga turut berminat dalam melakukan pembelian minyak sawit di Malaysia. Justeru itu, hasil daripada kajian ini memberi pendedahan mengenai hubungan faktor dan impak daripada permintaan minyak sawit dalam kalangan pengguna di Malaysia. Kajian ini adalah penting untuk menambahkan dokumentasi berkaitan industri minyak sawit di Malaysia. Seterusnya, kajian ini juga boleh

dijadikan sebagai sumber rujukan kepada generasi akan datang supaya mereka dapat menimba ilmu dan pengetahuan mengenai persepsi atau tingkahlaku masyarakat terhadap permintaan minyak sawit pada abad ke-21.

Rujukan

- Adi, I. S. S., & Ramdani, S. H. (2018). Kajian Persepsi Konsumen Terhadap Minyak Goreng Sawit Merah Untuk Menunjang Sistem Pemasaran. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 1-36.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice- Hall.
- Alam, S. (2020). A case study of consumer preferences towards different brands of palm oil in. *Food Research*, 4(5), 40-52.
- Atang, C., & Kifle, D. N. A. (2014). Peranan wanita luar bandar dalam melestarikan institusi keluarga. In *Seminar Kebangsaan Integriti Keluarga. Kota Kinabalu* (Vol. 11).
- Basir, N., Ab Rahim, I. S., & Abdul Halim, M. Z. (2020). Analisis Tingkah Laku Sosiologi Masyarakat Berasaskan Teori Interaksionisme Melalui Perangkaan Data Kes Covid-19 di Malaysia. *PENDETA: Journal of Malay Language, Education and Literature*, 11, 11-30. <https://doi.org/10.37134/pendeta.vol11.edisikhas.2.2020>.
- Bernama. (2020). COVID-19 pengaruhi tingkah laku pembelian pengguna – Kaji selidik. https://bernama.com/bm/am/news_covid-19.php?id=1832143 [25 November 2020].
- Bernama. (2020). Koronavirus dorong permintaan minyak makan Malaysia menurun di China. *Sinar Harian*. <https://www.sinarharian.com.my/article/67790/BISNES/Koronavirus-dorong-permintaan-minyak-makan-Malaysia-menurun-di-China> [25 November 2020].
- Bhuvanewari, V. (2015). A study on consumer attitude towards edible oils in Coimbatore city. *International J. Multidisciplinary Research and Development*, 2(1) : 325-329.
- Che Aziz Ali. (2020). Dunia perlu stabilkan harga minyak. *Berita Harian*. <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2020/06/696125/dunia-perlu-stabilkan-harga-minyak> [14 November 2020].
- Er. A.C, Adila, W., Fadzilah, N., Gitom, E., Marzuki, N., & Tambi, N. (2020). Tahap Kepuasan Kepenggunaan Minyak Sawit Dalam Kalangan Pengguna Domestik Dan Pelancong Antarabangsa. <http://ejournal.ukm.my/ebangi/article/view/44259/11382> [15 November 2020].
- Darwinah, M. D. L. (2016). Keutamaan kriteria pengurusan risiko dalam rantaian bekalan kilang kelapa sawit: pendekatan AHP (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Delima, S. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah. *Agriprimatech*, 4(1), 1-6.
- Harian Metro. (2020). Harga minyak sawit mentah terus meningkat. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2020/11/642415/harga-minyak-sawit-mentah-terus-meningkat> [7 Disember 2020].
- Hemanth, K.P. and Shruthi, V.K. (2013). Determinant of consumer buying behaviour: a theoretical framework in rural India. *J. Exclusive Management Science*, 2(3) 2277-5684.
- Marican, S. (2005). *Kaedah penyelidikan sains sosial*. Prentice Hall/Pearson Malaysia.
- Najib Aroff. (2019). Kelapa sawit: Kesatuan Eropah hipokrit, penjajah alaf baru. *Astro Awani*. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2020/11/642415/harga-minyak-sawit-mentah-terus-meningkat> [7 Disember 2020].

- Nasir, I. S. M., Rani, N. A., & Choy, E. A. (2017). Faktor pemilihan minyak sawit dalam kalangan pengguna: Kajian empirikal di Putrajaya, Malaysia (Preference factors for palm oil consumption in Malaysia: An empirical study of Putrajaya consumers). *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 11(8).
- Nurul Hanis Izmir. (2020). SAWIT: Sawit – minyak makan paling berkhasiat, serba unik. *Bernama*. <http://www.bernama.com/bm/news.php?id=1809455> [15 November 2020].
- Kumar, M.P.S. (2014). Brand preference and buying decision – a study with preference to organized Indian edible oil brands. *African J. Marketing Management*, 6(2): 17-26.
- Laziana Ahmad. (2020). COVID-19: Bagaimana minyak sawit menjaga kebersihan kita. *Bernama*. <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1840360>[14 November 2020].
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International journal of retail & distribution management*.
- Pinem, L. J. (2018). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Di Kecamatan Kota Pinang, Kab. Labuhanbatu Selatan. *Agriprimatech*, 1(2), 33-38.
- Sarwade, W.K. (2011). Brand preferences and consumption pattern of edible oils in Maharashtra state. *International Conference on Economics and Finance Research*. IACSIT Press, Singapore.
- Senteri, Z. B. (1985). *An Econometric Analysis Of The United States Palm Oil Market (FATS)* (Doctoral dissertation, The Ohio State University).
- Sri Ayu Kartika Amri. (2020). Pembelian panik jejas ekonomi. *Harian Metro*. <https://www.hmetro.com.my/bisnes/2020/03/557436/pembelian-panik-jejas-ekonomi> [14 November 2020].
- Verneau, F., La Barbera, F., Amato, M. and Sodano, V. (2019). Consumers' concern towards palm oil consumption: An empirical study on attitudes and intention in Italy. *British Food Journal*, vol. 121 No. 9, pp. 1982-1997.
- Vyas, J.H; Siddiqui. I.N and Dewangan, J.K. (2013). A study of edible oil consumption in Raipur city. *International J. Commerce, Business and Management (IJCBM)* 2(2): 2319-2828.
- Wim, V., Fillep, V., Isabelle, S., John, V. C., dan Stefaan, D. H. (2007). Perceived importance of sustainability and ethnics related to fish: A consumer behavior perspective.
- Yusof, R. (2003). *Penyelidikan Sains Sosial (Social Science Research)*. Pahang, Malaysia: PTS Publications & Distributors (Malay Version).