

KUALA LUMPUR, 26 Julai (Bernama) -- Berapa kali anda ditahan dan diminta membeli barang atau pintu rumah diketuk, loceng pintu bertalu-talu berbunyi dan anda dipujuk-rayu oleh jurujual.

Sering kali juga anda akan berasa begitu kesal kerana terpedaya dengan tipu-helah penjual.

Ada pelbagai taktik jualan langsung. Masih ingat kepada panggilan telefon yang kononnya memberi ucapan tahniah anda menang hadiah untuk pameran yang anda sendiri tidak pernah kunjungi.

Juga pelbagai jenis risalah yang berlambak-lambak dimasukkan ke dalam peti surat anda!

Tidak lupa juga kepada helah gores dan menang yang lazimnya akan menjerat anda! Untuk menerima hadiah, anda akan ditekan supaya membuat pembelian dan kebiasaannya barangan elektrik yang murah dijadikan sebagai umpan.

Taktik jualan ini sudah menjadi lumrah di Malaysia dan pengguna dilapor kerugian berjuta-juta ringgit menjadi mangsa "penyangak" seperti ini.

APA DIA JUALAN LANGSUNG?

Di sebalik kekecohan yang berlaku, jualan langsung nampaknya semakin berleluasa dengan pengguna terpaksa membayar harga yang tinggi sama ada dieksploitasi atau diperdaya.

Jualan langsung bermaksud pemasaran barangan pengguna secara terus kepada pengguna, lazimnya di rumah mereka atau di rumah orang lain, di tempat kerja dan tempat-tempat lain yang jauh dari lokasi tetap.

Strategi pemasaran biasanya dibuat menerusi penjelasan atau demonstrasi produk oleh Penjual Langsung.

Menurut Pusat Khidmat Aduan Pengguna Nasional (NCCC), jualan langsung termasuk semua kegiatan yang mempromosi atau mendapatkan jualan melalui pendekatan secara langsung kepada pengguna yang berpotensi di tempat-tempat selain dari premis perniagaan yang sebenarnya.

Ini termasuk amalan penjualan seperti dari rumah ke rumah, pemasaran pelbagai peringkat, parti, seminar, pesanan pos, pemasaran menerusi telefon dan pameran perdagangan.

"Meskipun jualan langsung ada faedahnya untuk ramai pengguna, ia juga memberi peluang kepada penjual untuk memperdaya mereka.

"Penjual langsung mula menjalin hubungan di kediaman pengguna atau tempat-tempat lain yang bukan premis perdagangan sebenar," kata Pengurus NCCC, Darshan Singh.

Kediaman pengguna, kata beliau, merupakan persekitaran di mana pengguna mudah menjadi mangsa teknik jualan menekan dan mendorong pembelian yang hanya mengikut gerak hati.

"Di rumah pengguna tidak diberi banyak pilihan produk dan sukar juga untuk mengkaji dakwaan penjual mengenai satu-satu barang daripada segi harga dan mutu," jelas beliau dengan lebih lanjut.

PELBAGAI ADUAN

Jualan langsung telah mencetuskan pelbagai masalah pengguna yang berulang-ulang. Ini bukannya perkara ringan, sekurang-kurangnya pada pandangan NCCC.

Daripada jumlah aduan yang diterima mengenai jualan langsung, jelas ia merupakan masalah besar yang dihadapi pengguna.

"Untuk enam bulan pertama tahun ini, kami telah menerima sejumlah 1,273 aduan berhubung jualan langsung berbanding 758 untuk tempoh yang sama 2005. Untuk sepanjang tahun lalu, jumlah aduan yang diterima ialah 1,741.

"Kita menjangka angka ini akan terus meningkat memandangkan pengguna sekarang semakin sedar akan hak mereka," Darshan memberitahu Bernama.

Mengulas tentang "masalah pengguna yang berulang-ulang", beliau menjelaskan ia termasuk paksaan, gangguan, menjadikan pengguna yang mudah diperdaya sebagai sasaran, kurang maklumat yang tepat mengenai produk, kontrak dan peluang tipis mendapat keadilan, produk yang ditempah tidak dihantar atau lambat dihantar dan sikap penjual yang mengelak dari memasukkan peruntukan pembatalan produk.

Mengenai paksaan, beliau menjelaskan teknik menjual yang menggunakan tekanan begitu ketara dalam jualan langsung.

Pengguna, katanya, sering kali "terpaksa" membeli barangan hanya untuk menyingkirkan penjual dari rumah mereka.

"Keadaan ini mungkin berlaku pada lewat malam atau awal pagi. Jurujual mengambil kesempatan daripada kehadiran kawan atau anggota keluarga pengguna untuk memaksanya membuat pembelian. Tindakan jurujual yang masuk hingga ke dalam rumah juga boleh menjadi isu keselamatan dan ramai pengguna yang meluahkan rasa kebimbangan ini," kata Darshan.

PENGUNA YANG MUDAH DIPERDAYA

Hampir semua penjual langsung menggunakan profil pengguna dan strategi sasaran untuk memasarkan produk mereka.

Bagaimanapun, sesetengah penjual dari rumah ke rumah mempunyai kecenderungan untuk menjadikan sesetengah kumpulan pengguna sebagai sasaran seperti golongan berpendapatan rendah, warga tua, orang yang tidak boleh bertutur bahasa Inggeris dan pengguna di kampung.

Golongan tersebut lebih mudah terpengaruh dengan sesetengah strategi pemasaran dan kurang berupaya menggunakan hak mereka sebagai pengguna berbanding pengguna-pengguna lain.

Menurut Darshan, program pendidikan perlu dibuat untuk melengkapkan orang kampung dengan pengetahuan bagi mengelakkan diri mereka daripada ditipu.

Beliau juga menyentuh mengenai jualan menerusi televisyen yang hanya menawarkan maklumat produk yang begitu sedikit dan pengguna membeli hanya mengikut gerak hati semata-mata.

"Biasanya pengiklan meletakkan maklumat penting seketika sahaja di hujung iklan.

"Kebanyakan iklan yang disiarkan begitu mengelirukan dan pengguna percaya sahaja dengan apa yang mereka lihat di kaca televisyen. Pengguna perlu menggunakan kebijaksanaan mereka sebelum membeli apa jua produk," kata Darshan.

PEMASARAN MENERUSI TELEFON

Bagi kategori pemasaran menerusi telefon, panggilan telefon biasanya dibuat pada awal pagi atau lewat petang.

Jurujual atau "telemarketers" biasanya tidak memberitahu pengguna bahawa panggilan tersebut adalah panggilan untuk jualan.

"Pendekatan menggunakan telefon ini biasanya digunakan sebagai pendekatan pertama sebelum jualan dari pintu ke pintu. Penjual mungkin cuba memancing minat pengguna menerusi telefon sebelum datang ke rumah bagi menunjukkan barangan atau mengambil pesanan," kata Darshan.

Beliau menambah hadiah ditawarkan bagi mengumpam pengguna dan sebaik sahaja pengguna datang ke kedai, semua jenis barangan akan dikeluarkan dan tekanan digunakan ke atas pengguna untuk membuat pembelian.

Darshan juga menyentuh mengenai panggilan telefon yang sudah diprogramkan yang mungkin sampai ke kediaman pengguna tetapi pengguna itu tidak dapat menghubungi pihak yang bertanggungjawab bagi menghentikan panggilan telefon itu.

KURANG PELUANG MENDAPAT KEADILAN

Masalah utama dihadapi pengguna dalam jualan langsung ialah mendapatkan keadilan

sekiranya timbul masalah dalam satu-satu urusan niaga.

Menurut Darshan, ramai penjual tidak langsung menunjukkan sikap tanggungjawab apabila pengguna membuat aduan.

Beliau berkata kerja membaiki atau menukar ganti produk mungkin tidak dibuat dalam masa yang berpatutan.

"Jika pun gantian dibuat, ia mungkin produk yang berlainan daripada apa yang ditempah pengguna. Dalam kebanyakan kes, penjual menyifatkan sebarang penyelesaian yang diberi kepada pengguna tidak lebih daripada tindakan untuk berbaik-baik dan bukan hak pengguna dari segi undang-undang.

"Kebanyakan penjual tidak mempunyai prosedur yang mencukupi atau mungkin tiada langsung prosedur untuk mengendalikan aduan. Mereka juga mungkin tidak tahu atau mengambil sikap menutup mata akan tanggungjawab mereka sebagai penjual barangan dan perkhidmatan dalam pasaran pengguna," keluh beliau.

Pengguna, katanya, selalu berada dalam kerugian kerana mereka tidak akan diberi ganti rugi yang setimpal akibat menerima produk yang salah atau yang tidak memuaskan.

Penjual juga gagal membuat bayaran balik apabila pengguna berhak membatalkan atau menolak barangan.

"Dalam kebanyakan kes, pengguna terpaksa membuat tuntutan kepada Tribunal Tuntutan Pengguna dan ini semua menambah masa, kesulitan dan belanja kepada kos pengguna untuk mendapatkan keadilan.

"Sesetengah pengguna enggan untuk membuat semuanya itu untuk mengelakkan sebarang kesulitan yang mungkin berlaku. Ini hanya memberi ruang kepada penjual untuk sengaja membuat kes dirujuk kepada Tribunal kerana meskipun kadang kala mereka tewas, dalam kebanyakan kes pengguna akan menyerah kalah separuh jalan," jelas Darshan.

KURANG PERUNTUKAN PEMBATALAN

Menurut Darshan, untuk sebarang urusan yang membabitkan bayaran tunai, pengguna tidak mempunyai sebarang hak untuk membatalkan kontrak.

Jika pun ada hak pembatalan yang boleh diterima pakai, sesetengah penjual langsung berbuat seolah-olah ianya tidak wujud.

Darshan berkata ada kes di mana penjual dari semua bentuk jualan gagal memberi maklumat mengenai tempoh mandatori "cooling off" yang merupakan peruntukan perlindungan paling penting untuk pengguna.

"Tempoh cooling-off ini memberi peluang kepada pengguna untuk menimbang balik keputusan

pembelian mereka. Ini wajar sekali untuk jualan dari rumah ke rumah dan pemasaran menerusi telefon di mana pengguna membuat pembelian kerana tekanan atau gerak hati yang datang tiba-tiba," kata Darshan.

Menurut beliau dalam tempoh "cooling-off" ini, pembeli berpeluang meninjau kedai dan memastikan produk yang dijual kepadanya berpatutan terutama jika ia membabitkan pembelian yang jarang dibuat seperti perkakas rumah, aksesori pendidikan dan perkhidmatan rumah.

"Kebimbangan besar pengguna ialah penjual jarang memberitahu tentang tempoh cooling-off ini. Dalam kebanyakan kes, notis ini tidak diberi kerana penjual percaya tempoh ini tidak diguna pakai.

"Tambahan, sepatutnya tidak ada sebarang urusan niaga dalam tempoh cooling-off ini tetapi berapa ramai penjual langsung yang mematuhi perkara ini. Kebiasaannya urusan niaga itu sudah selesai semasa pertemuan pertama lagi," katanya.

Menurut Darshan, di bawah Akta Jualan Langsung 1993, pengguna perlu dimaklumkan mengenai tempoh "cooling-off" ini.

Bagaimanapun, katanya, ada kes yang pengguna langsung tidak diberitahu dan sekiranya pengguna sendiri tidak maklum akan hak ini, perkara itu akan lenyap begitu sahaja.

"Pengguna mungkin terpaksa mengambil tindakan undang-undang untuk membatalkan perjanjian kerana penjual gagal memenuhi kewajibannya di bawah Akta Jualan Langsung 1993," jelasnya.

PERATURAN LEBIH KETAT

Sememangnya jualan langsung ada manfaat untuk pengguna kerana ia menyediakan kaedah pilihan untuk membeli-belah termasuk membuat pilihan di rumah dan dalam kebanyakan kes tanpa tekanan masa.

Pesanan pos dan bentuk lain pemasaran jualan langsung memberi faedah kepada penduduk kampung dan orang-orang lain yang sukar bergerak.

Bagaimanapun, menurut Darshan, NCCC percaya meskipun kebanyakan peniaga berniaga mengikut etika, jualan langsung mempunyai potensi untuk memperdayakan pasaran.

Tipu daya yang seumpama itu, katanya banyak menimbulkan masalah kepada pengguna, terutamanya mereka yang kurang bernasib baik.

Selanjutnya beliau berkata pengguna perlu diberi peluang untuk mendapatkan keadilan oleh industri yang berkenaan dan NCCC menyokong perkara tersebut.

"NCCC percaya peraturan yang lebih ketat perlu dalam pasaran jualan langsung. Akta Jualan Langsung 1993 yang ada sekarang tidak memberi cukup perlindungan kepada pengguna.

Bernama - Pelbagai Perangkap Jualan Langsung

Written by Administrator

Thursday, 10 September 2009 14:57 -

"Ia hanya menyediakan peruntukan di mana satu-satu industri itu beroperasi. NCCC beranggapan sudah sampai masanya peruntukan untuk melindungi pengguna dimasukkan dalam Akta Jualan Langsung 1993," beliau menggesa.

-- BERNAMA