



KAJIAN IMPAK PROGRAM PAYUNG RAHMAH DI BAWAH KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI DAN KOS SARA HIDUP (KPDN)

Laporan Akhir

Disediakan Untuk
Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Kos Sara Hidup (KPDN)



Disediakan Oleh
Panel Penyelidikan ILHAM CENTRE

19 Disember 2023

ISI KANDUNGAN

1.0 RINGKASAN EKSEKUTIF.....	4
2.0 PENGENALAN.....	4
3.0 KUMPULAN PENYELIDIK.....	5
4.0 OBJEKTIF KAJIAN.....	5
5.0 METODOLOGI KAJIAN.....	6
5.1 Metode Kuantitatif.....	6
5.2 Metode Kualitatif	7
6.0 SKOP DAN LIMITASI KAJIAN.....	8
7.0 AKTIVITI DAN JANGKA MASA PELAKSANAAN KAJIAN.....	8
8.0 DAPATAN KAJIAN.....	9
8.1 Penerima Manfaat	10
8.1.1 Demografi.....	10
8.1.2 Dapatan Kajian	12
8.2 Pemberi Manfaat	25
8.2.1 Demografi	25
8.2.2 Dapatan Kajian	26
9.0 RUMUSAN KAJIAN.....	27
9.1. Penerima Manfaat	27
9.1.1 Wujud Kekeliruan Apabila Diajukan Program Payung RAHMAH	27
9.1.2 Hebahan dan Promosi Agak Terhad.....	28
9.1.3 Tumpuan Sewajarnya Kepada Pemantauan Harga dan Kekurangan Bekalan	28
9.1.4 Menu RAHMAH Pemangkin Program Payung RAHMAH.....	29
9.1.5 Pandangan Tentang Kemampanan Program Payung RAHMAH Terbelah.....	29
9.1.6 Dapatan Zon Borneo	30
9.1.7 Kekurangan-Kekurangan Dalam Program Payung RAHMAH.....	30
9.2 Pemberi Manfaat	31
9.2.1 Inisiatif Jualah RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak.....	31
9.2.2 Inisiatif Menu RAHMAH dan Menu Siswa RAHMAH.....	31
9.2.3 Inisiatif Bakul RAHMAH	32
10.0 CADANGAN.....	32
10.1 Membetulkan Salah Faham Program Payung RAHMAH	32
10.2 Peruntukan Khas Promosi dan Hebahan.....	33
10.3 Menumpukan Kepada Empat Inisiatif Utama	33

10.4 Strategi Dua Harga dan Kupon.....	33
10.5 Kedai Runcit Lokal Sebagai 'Focal Point' Jualan RAHMAH Di Pedalaman.....	33
10.6 Memposisikan Jenama Program Payung RAHMAH	34
10.7 Penyelarasan Dengan Kerajaan Negeri dan Kementerian Lain	34
11.0 KESIMPULAN	35
LAMPIRAN.....	36

KAJIAN IMPAK PROGRAM PAYUNG RAHMAH DI BAWAH KEMENTERIAN PERDAGANGAN DALAM NEGERI DAN KOS SARA HIDUP (KPDN)

1.0 RINGKASAN EKSEKUTIF

Program Payung RAHMAH menunjukkan ianya mempunyai impak yang sangat signifikan kepada penerima manfaat (rakyat) dan pemberi manfaat (rakan strategik). Bagi penerima manfaat, sedikit sebanyak program ini dapat mengurangkan kos sara hidup mereka manakala bagi pemberi manfaat, ianya dapat meningkatkan imej organisasi mereka dalam kalangan orang awam di samping mendapat keuntungan.

Inisiatif Jualan RAHMAH, Menu RAHMAH, Jualan RAHMAH Bergerak merupakan tunjang keberadaan (visibility) Program Payung RAHMAH dan mendapat sambutan hangat dalam kalangan penerima manfaat.

Walau bagaimanapun, beberapa dapatan menunjukkan terdapat kelemahan dan masih ada ruang untuk meningkatkan lagi keberkesanan program ini. Majoriti beranggapan program ini tidak melibatkan sebarang kos subsidi daripada kerajaan dan beranggapan ianya adalah CSR pemberi manfaat semata-mata; keterbatasan di kawasan pedalaman; dan inisiatif-inisiatif kelihatan tenggelam.

Responden dalam kajian ini menyifatkan selain meningkatkan lagi keberkesanan Program Payung RAHMAH, pihak Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Kos Sara Hidup (KPDN) perlu memberi keutamaan kepada pemantauan harga dan kekurangan bekalan dalam pasaran.

2.0 PENGENALAN

Program Payung RAHMAH yang dijalankan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Kos Sara Hidup (KPDN) merupakan satu program bantuan keperluan asas yang bertujuan untuk membantu golongan sasaran yang terdiri daripada golongan berpendapatan rendah di seluruh negara.

Dilancarkan pada 31 Januari 2023, bermula dengan inisiatif Menu RAHMAH telah mendapat sambutan hangat dan menjadi buah mulut dalam masyarakat sejak ianya dilancarkan. Pemerhatian menunjukkan program ini telah memberikan bantuan yang signifikan kepada golongan sasaran yang memerlukan.

Selain Menu RAHMAH, Program Payung RAHMAH ini telah dikembangkan secara berperingkat-peringkat sehingga merangkumi inisiatif-inisiatif lain yang dilihat mampu memberi kesan baik kepada masyarakat secara kolektif seperti Jualan RAHMAH, Jualan RAHMAH Bergerak, Paket RAHMAH, Bakul RAHMAH, Menu Siswa RAHMAH (Kafe RAHMAH), Paket

RAHMAH Takaful dan Pakej RAHMAH Insurans. Sejak daripada awal lagi, inisiatif yang diperkenalkan ini memperlihatkan sambutan yang hangat dalam kalangan masyarakat.

Walaupun begitu, dalam usaha untuk terus meningkatkan keberkesanan program dan inisiatif ini, kajian impak perlu dilakukan untuk menilai keberkesanan Program Payung RAHMAH terhadap golongan sasaran dan melihat sejauhmana program ini telah membantu meningkatkan taraf hidup mereka.

Kajian impak adalah satu kaedah penilaian yang penting dalam menilai keberkesanan sesuatu program bantuan. Dalam kes ini, kajian impak akan membantu pihak KPDN mengukur keberkesanan inisiatif-inisiatif Program Payung RAHMAH, sama ada program ini berjaya mencapai objektif yang ditetapkan oleh pihak KPDN atau sebaliknya.

Selain itu, kajian ini juga dapat membantu KPDN mengenal pasti kelemahan dan kelebihan inisiatif-inisiatif dalam Program Payung RAHMAH serta memberikan cadangan untuk meningkatkan keberkesanan program ini agar dapat memberikan bantuan yang lebih menyeluruh dan berkesan kepada golongan yang disasarkan.

Melalui kajian impak ini, pihak KPDN akan dapat memastikan bahawa Program Payung RAHMAH dapat memberikan manfaat yang maksimum kepada golongan sasaran serta memastikan sumber kewangan yang diperuntukkan digunakan secara efektif dan efisien.

3.0 KUMPULAN PENYELIDIK

- i. Hisommudin Bakar – Pengarah Eksekutif (ILHAM Centre)
- ii. Prof. Madya Dr Mohd Yusri Ibrahim – Ketua Penyelidik (UMT)
- iii. Mujibu Abd Muis – Felo Penyelidik (UiTM)
- iv. Mohd Azlan Zainal – Ketua Operasi (ILHAM Centre)
- v. Mohd Jalaluddin Hashim – Ketua Analitik (ILHAM Centre)

4.0 OBJEKTIF KAJIAN

- i. Mengenal pasti tahap penerimaan masyarakat terhadap inisiatif-inisiatif di bawah Program Payung RAHMAH.
- ii. Menilai keberkesanan penyampaian inisiatif-inisiatif di bawah Program Payung RAHMAH.
- iii. Mengenal pasti kekurangan dan cadangan penambahbaikan inisiatif-inisiatif di bawah Program Payung RAHMAH.

5.0 METODOLOGI KAJIAN

Bagi mencapai objektif yang digariskan dan dipersetujui, metode kuantitatif dan kualitatif akan digunakan untuk melengkap kajian ini.

5.1 Metode Kuantitatif

Metodologi kajian ini memberi perhatian terhadap lima aspek penting iaitu reka bentuk kajian, populasi dan sampel, instrumen kajian, pengumpulan data dan tatacara analisis data.

Reka Bentuk: Kajian ini menggunakan reka bentuk tinjauan secara rentasan (*cross-sectional survey*) dengan mengaplikasikan kaedah kuantitatif. Reka bentuk ini paling popular dan banyak digunakan dalam penyelidikan sentimen pengguna, khususnya untuk membina profil pengguna dan mengukur sentimen dan tanggapan terhadap sesuatu polisi yang dibuat oleh pihak Kerajaan. Kaedah ini membolehkan data kajian dikumpulkan dalam jumlah yang banyak dengan relatif masa yang cepat berbanding reka bentuk kajian lain. Kaedah ini juga membolehkan dapatan terhadap sebilangan sampel kajian yang kecil digeneralisasikan kepada jumlah populasi kajian yang lebih besar.

Populasi dan Sampel: Populasi kajian ini adalah warganegara Malaysia yang berumur 18 tahun ke atas seluruh Malaysia termasuk Sabah dan Sarawak berjumlah 1,400 responden penerima manfaat meliputi semua etnik, peringkat umur, lokaliti dan kumpulan pendapatan dan 200 responden pemberi manfaat Program Payung RAHMAH. Sampel kajian dipilih menggunakan kaedah persampelan rawak berstrata (*stratified random sampling*), manakala bilangan sampel ditentukan menggunakan formula penentuan saiz sampel yang diperkenalkan oleh Krejcie dan Morgan (1970). Kaedah persampelan rawak berstrata ini dipilih untuk memastikan sampel kajian mewakili populasi penerima manfaat dan pemberi manfaat, manakala formula penentuan saiz sampel tersebut digunakan untuk memastikan dapatan kajian terhadap sampel boleh digeneralisasikan kepada kumpulan populasi kajian yang lebih besar.

Jenis Responden	Metode Kajian	Saiz Sampel
Penerima Manfaat (Semenanjung)	Tatap Muka	1,157
Penerima Manfaat (Labuan, Sabah dan Sarawak)	Tatap Muka	243
Pemberi Manfaat (Seluruh Malaysia)	Tatap Muka	200
Jumlah keseluruhan responden		1,600

Jadual 1: Zon kawasan kajian, metodologi kajian, kebolehpercayaan kajian dan sampel saiz

Zon	Jumlah responden	Negeri	Penerima Manfaat	Pemberi Manfaat
Zon Selatan	273 & 35	Negeri Sembilan	57	9
		Melaka	44	5
		Johor	172	20
Zon Tengah	322 & 67	Selangor	243	48
		WP Kuala Lumpur	76	17
		WP Putrajaya	3	1
Zon Timur	229 & 22	Kelantan	93	6
		Terengganu	61	7
		Pahang	75	9
Zon Utara	333 & 44	Perlis	13	2
		Kedah	104	11
		Pulau Pinang	81	15
Zon Sabah & Labuan	115 & 19	Perak	135	17
		Sabah	112	17
		WP Labuan	3	2
Zon Sarawak	128 & 14	Sarawak	128	14
Jumlah			1,400	200

Jadual 2: Zon kawasan kajian, negeri dan jumlah responden

Instrumen: Kajian ini menggunakan kaji selidik sebagai instrumen kajian. Kaji selidik ini dibangunkan oleh tenaga penyelidik daripada ILHAM Centre berpandukan literatur daripada teori-teori, laporan-laporan dan dapatan kajian-kajian lepas. Instrumen yang dibangunkan ini ditentusahkan melalui kajian rintis.

Pengumpulan Data: Data kajian dikumpul oleh pembantu penyelidik (enumerator) secara tatap muka (face to face) dengan responden kajian. Kaedah secara tatap muka dipilih kerana data yang diperolehi lebih persis dan tepat berbanding kaedah pengumpulan data yang lain. Pembantu penyelidik bergerak ke lokaliti terpilih untuk menemu bual responden kajian yang terpilih sebagai responden kajian melalui kaedah persampelan yang teliti, untuk memastikan sampel yang dipilih mewakili semua ciri yang ada dalam profil penerima manfaat dan pemberi manfaat Program Payung RAHMAH. Enumerator dilatih untuk berkomunikasi dengan berkesan bagi memastikan temu bual bersama responden berlangsung dengan efektif, memastikan data yang dikumpul memiliki kesahan dan kebolehpercayaan yang tinggi.

Analisis Data: Data kuantitatif dianalisis secara berstatistik menggunakan perisian SPSS versi 25 melibatkan kedua-dua statistik deskriptif dan inferensi. Demografi responden kajian dan item-item pengukur indikator dipaparkan menggunakan peratusan. Manakala pemprofilan setiap item pengukur mengikut faktor demografi dianalisis secara turutan-silang (crosstabs) berdasarkan perbandingan frekuensi.

5.2 Metode Kualitatif

Bagi mendapatkan dapatan kajian yang lebih komprehensif, kaedah separa temu bual dalam kalangan 200 pemberi manfaat dan temu bual secara mendalam (in-depth interview) dengan 6 pemberi manfaat dipilih khas.

6.0 SKOP DAN LIMITASI KAJIAN

Untuk memenuhi objektif yang ditetapkan dalam kajian impak ini, maka skop kajian adalah tertumpu kepada responden di seluruh negara yang pernah menerima atau membeli satu atau lebih inisiatif-inisiatif dalam Program Payung RAHMAH sahaja. Justeru dapatan kajian ini tidak boleh menggambarkan keseluruhan rakyat Malaysia.

Kedua, ketika kajian ini dijalankan di lapangan terdapat gangguan bekalan beras, telur dan lain-lain di beberapa tempat tertentu. Selain itu bahang Pilihan Raya Negeri (PRN) di enam negeri juga masih panas terutama di zon utara semenanjung.

7.0 AKTIVITI DAN JANGKA MASA PELAKSANAAN KAJIAN

Tempoh kajian lapangan ini adalah selama tiga bulan bermula September sehingga November 2023. Bersama-sama ini disertakan carta aktiviti dan gerak kerja projek penyelidikan ini mengikut tempoh masa yang diberikan.

Bil	Aktiviti dan Gerak Kerja	Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023
1	1.1 Penyediaan kertas cadangan 1.2 Penyerahan kertas kerja cadangan yang dikemas kini			
2	2.1 Taklimat berkaitan Inisiatif Program Payung RAHMAH 2.2 Serahan Surat Setuju Terima Kajian 2.3 Merangka soal selidik			
3	3.1 Kemas kini soal selidik 3.2 Ujian rintis (<i>pilot test</i>) soalan survei 3.3 Taklimat Kajian Lapangan			
4	4.1 Pembentangan laporan insepsi (<i>inception report</i>) 4.2 Penyerahan laporan insepsi 4.2 Proses pengumpulan data kuantitatif – 1400 penerima manfaat dan 200 pemberi manfaat			
5	5.1 Pengumpulan data kualitatif – 200 pemberi manfaat 5.2 Analisis data dan perbincangan pakar			
6	6.1 Pembentangan laporan interim (<i>interim report</i>) 6.2 Penyerahan laporan interim 6.3 Analisis data dan perbincangan pakar			
7	7.1 Pembentangan laporan akhir (<i>final report</i>) 7.2 Penyerahan laporan akhir			

Jadual 4: Aktiviti dan Jangka Masa Pelaksanaan Penyelidikan

8.0 DAPATAN KAJIAN

Kajian ini melibatkan tiga kategori iaitu kajian survei 1,400 responden penerima manfaat, kajian survei dan separa temu bual 200 responden pemberi manfaat dan kajian temu bual mendalam melibatkan 6 responden pemberi manfaat terpilih.

Kajian lapangan bagi 1,400 responden (penerima manfaat) dipilih secara kaedah persampelan rawak berstrata (stratified random sampling) kalangan rakyat Malaysia seluruh negara yang pernah menerima atau membeli salah satu atau lebih inisiatif-inisiatif yang ada dalam Program Payung RAHMAH. Manakala 200 responden (pemberi manfaat) dan 6 responden (pemberi manfaat) atau rakan strategik kepada Program Payung RAHMAH dipilih berdasarkan maklumat yang dikemukakan oleh pihak KPDN.

Kajian lapangan 1,400 responden (penerima manfaat) ini bermula pada 6 Oktober sehingga 20 Oktober 2023 manakala kajian 200 responden (pemberi manfaat) bermula pada 23 Oktober sehingga 31 Oktober 2023. Manakala untuk sesi temu bual secara mendalam pula yang melibatkan 6 pemberi manfaat atau rakan strategik utama Program Payung RAHMAH pula bermula 13 November sehingga 16 November 2023.

Selain itu, bagi kaji selidik secara tatap muka di lapangan, data dikumpul oleh pembanci (enumerator) menggunakan kaji selidik dan protokol temu bual separa berstruktur.

Untuk kajian penerima manfaat ralat kesilapan ialah 2.6 peratus dengan tahap keyakinan sebanyak 95 peratus.

Proses pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif ini merangkumi semua negeri dan wilayah persekutuan. Responden yang diperolehi meliputi semua segmentasi jantina, kaum, peringkat umur, latar belakang ekonomi, tahap pendidikan yang pelbagai, julat pendapatan dan lokaliti yang berbeza.

Borang kaji selidik telah dipecahkan kepada beberapa bahagian bagi memudahkan penilaian kefahaman tehadap subjek atau topik yang diperbincangkan. Hasil maklum balas responden sangat memberangsangkan dan kerjasama yang diberikan amat baik.

Seluruh data direkodkan dengan terperinci dan temu bual mendalam enam rakan strategik – pemberi manfaat dirakam bagi memastikan kejituuan data kualitatif.

Data kuantitatif yang diperolehi melalui borang kaji selidik dan data kualitatif yang dikumpulkan dianalisis secara kuantitatif berstatistik dan kualitatif bertematik bagi memudahkan kefahaman secara berstruktur dan memandu kronologi topik kajian ini.

8.1 Penerima Manfaat

8.1.1 Demografi

Demografi		Peratusan
<i>Jantina</i>		
	<i>Lelaki</i>	51.3
	<i>Perempuan</i>	48.7
<i>Kaum</i>		
	<i>Melayu</i>	53.4
	<i>Cina</i>	26.2
	<i>India</i>	8.1
	<i>Bumiputera Sarawak</i>	5.6
	<i>Bumiputera Sabah</i>	6.5
	<i>Lain-lain</i>	0.1
<i>Umur</i>		
	<i>18-20 tahun</i>	7.8
	<i>21-29 tahun</i>	23.6
	<i>30-39 tahun</i>	21.9
	<i>40-49 tahun</i>	16.4
	<i>50-59 tahun</i>	14.4
	<i>60 tahun dan ke atas</i>	15.9
<i>Pendidikan</i>		
	<i>Ijazah Tinggi (Sarjana / Doktor Falsafah)</i>	1.5
	<i>Ijazah Sarjana Muda</i>	14.3
	<i>Diploma</i>	18.0
	<i>STPM / Sijil / Setaraf</i>	12.5
	<i>SPM / Setaraf</i>	39.8
	<i>PMR / PT3 / Setaraf</i>	6.7
	<i>UPSR / Setaraf</i>	3.8
	<i>Lain-lain</i>	2.0
	<i>Tiada pendidikan formal</i>	1.4
<i>Pekerjaan</i>		
	<i>Swasta</i>	27.8
	<i>Suri rumah</i>	16.8
	<i>Pelajar</i>	11.1
	<i>Bekerja sendiri</i>	10.2
	<i>Berniaga</i>	9.9
	<i>Tidak bekerja</i>	4.8
	<i>Pesara/pencen</i>	4.4
	<i>Kerajaan (Persekutuan)</i>	4.0
	<i>Kerja kampung</i>	3.6
	<i>Petani/Pekebun/Nelayan</i>	3.2
	<i>Kerajaan (Negeri)</i>	3.0
	<i>Polis/Tentera</i>	0.7
	<i>Lain-lain</i>	0.7
	<i>Peneroka</i>	0.1
<i>Negeri</i>		
	<i>Perlis</i>	0.9
	<i>Kedah</i>	7.4
	<i>Pulau Pinang</i>	5.5
	<i>Perak</i>	9.8
	<i>Kelantan</i>	4.9
	<i>Terengganu</i>	6.0
	<i>Pahang</i>	5.4
	<i>Selangor</i>	14.9
	<i>WP Kuala Lumpur</i>	8.1
	<i>WP Putrajaya</i>	0.2
	<i>WP Labuan</i>	0.2
	<i>Melaka</i>	3.1
	<i>Negeri Sembilan</i>	4.1
	<i>Johor</i>	12.3
	<i>Sarawak</i>	9.1
	<i>Sabah</i>	8.0

Lokaliti	
Bandar	37.4
Pinggir Bandar	30.9
Kampung	30.3
Tanah Rancangan	1.4

Jadual 5: Demografi Responden Penerima Manfaat

Jadual 5 menunjukkan peratusan demografi responden mengikut jantina, kaum, peringkat umur, tahap pendidikan, jenis pekerjaan, negeri dan lokaliti responden yang dipilih menggunakan persampelan rawak bersrata. Kesemua 1,400 responden yang dipilih adalah terdiri daripada mereka yang pernah mendapat atau membeli salah satu atau lebih inisiatif-inisiatif dalam Program Payung RAHMAH.

Kedudukan Sosio-Ekonomi	Peratusan
<i>Pendapatan Isi Rumah</i>	
(B1) Bawah RM2,500	27.0
(B2) RM2,501 - RM3,170	30.0
(B3) RM3,171 - RM3,970	20.8
(B4) RM3,971 - RM4,850	8.6
(M1) RM4,851 - RM5,880	7.9
(M2) RM5,881 - RM7,100	2.4
(M3) RM7,101 - RM8,700	1.6
(M4) RM8,701 - RM10,970	1.2
(T1) RM10,971 - RM15,040	0.7
(T2) RM15,041 dan ke atas	0.3
<i>Kumpulan Isi Rumah</i>	
B40	85.9
M40	3.1
T20	1.0
<i>Adakah anda melakukan kerja sampingan selain pekerjaan sedia ada?</i>	
Ya	35.0
Tidak	65.0
<i>Gambarkan kedudukan pendapatan isi rumah anda pada waktu ini?</i>	
Tidak cukup untuk menampung keperluan asas dan harian kami	25.1
Sekadar cukup untuk menampung keperluan asas dan harian kami	71.6
Lebih daripada mencukupi untuk menampung keperluan asas dan harian kami	3.3

Jadual 6: Kedudukan Sosio-Ekonomi Responden

Dari segi kedudukan sosio-ekonomi, 86 peratus responden terdiri daripada kumpulan B40, M40 3 peratus dan hanya 1 peratus sahaja daripada kumpulan T20. Ini menunjukkan bahawa walaupun Program Payung RAHMAH ini terbuka kepada semua kelompok tanpa mengira kumpulan isi rumah, objektif utama program ini untuk membantu kumpulan terbawah iaitu B40 tercapai walaupun tiada penguatkuasaan atau syarat hanya kumpulan B40 sahaja yang layak menyertai Program Payung RAHMAH.

Responden juga menyatakan seramai 35 peratus mempunyai pekerjaan sampingan selain pekerjaan sedia berbanding 65 peratus menyatakan sebaliknya. Seramai 25 peratus pula menyatakan pendapatan yang mereka perolehi tidak cukup untuk menampung keperluan asas dan harian mereka berbanding 72 peratus menyatakan

pendapatan mereka sekadar cukup untuk menampung keperluan asas dan harian mereka.

8.1.2 Dapatan Kajian

Bil	Pernyataan	Ya	Tidak
B1	Kementerian yang bertanggungjawab terhadap Program Payung RAHMAH adalah Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Kos Sara Hidup (KPDN)	93%	7%
B2	Objektif utama Program Payung RAHMAH adalah untuk mengurangkan kos sara hidup rakyat	96%	4%
B3	Program Payung RAHMAH ini tidak melibatkan sebarang kos oleh pihak Kerajaan	73%	27%
B4	Program Payung RAHMAH ini adalah sebahagian tanggungjawab sosial korporat (CSR) organisasi-organisasi yang terlibat	89%	11%
B5	Program Payung RAHMAH terbuka kepada semua segmen masyarakat tanpa mengira status sosio-ekonomi	92%	8%
B6	Program Payung RAHMAH adalah mampan (sustainable) dan mampu bertahan lama	85%	15%

Jadual 7: Kefahaman Responden Terhadap Program Payung RAHMAH

Jadual 3 menunjukkan kefahaman responden terhadap Program Payung RAHMAH pada umumnya sangat tinggi kecuali berkaitan pernyataan B3 sebanyak 73 peratus berpandangan program ini tidak melibatkan sebarang kos oleh kerajaan walhal kerajaan menggunakan subsidi untuk menampung inisiatif Jualan RAHMAH, Jualan RAHMAH Bergerak, Bakul RAHMAH dan lain-lain.

Demografi	Ya	Tidak
<i>Jantina</i>		
Lelaki	74%	26%
Perempuan	72%	28%
<i>Kaum</i>		
Melayu	72%	28%
Cina	76%	25%
India	68%	32%
Bumiputera Sarawak	92%	8%
Bumiputera Sabah	68%	32%
<i>Umur</i>		
18-20 tahun	65%	35%
21-29 tahun	74%	26%
30-39 tahun	75%	26%
40-49 tahun	73%	27%
50-59 tahun	75%	25%
60 tahun dan ke atas	73%	27%
<i>Kumpulan Isi Rumah</i>		
B40	74%	26%
M40	72%	28%
T20	50%	50%
<i>Negeri</i>		
Perlis	46%	54%
Kedah	86%	14%
Pulau Pinang	36%	64%
Perak	65%	35%
Kelantan	88%	12%
Terengganu	79%	21%
Pahang	83%	17%
Selangor	59%	41%
WP Kuala Lumpur	93%	7%

<i>WP Putrajaya</i>	33%	67%
<i>WP Labuan</i>	100%	0%
<i>Melaka</i>	25%	75%
<i>Negeri Sembilan</i>	40%	60%
<i>Johor</i>	95%	5%
<i>Sarawak</i>	91%	9%
<i>Sabah</i>	69%	31%
Lokaliti		
<i>Bandar</i>	72%	28%
<i>Pinggir Bandar</i>	68%	32%
<i>Kampung</i>	80%	20%
<i>Tanah Rancangan</i>	85%	15%

Jadual 8: Turutan-Silang Untuk Soalan B3

Untuk mendapat gambaran yang lebih jelas, soalan B3 dianalisis turutan-silang (crosstabs) dengan beberapa demografi responden. Jadual 8 menunjukkan kelompok perempuan, etnik India dan bumiputera Sabah, peringkat umur 18-20 tahun, kumpulan T20, negeri Perlis, Pulau Pinang, Putrajaya, Melaka, Negeri Sembilan, dan lokaliti pinggir bandar mempunyai kefahaman yang lebih baik mengenai fakta kerajaan sememangnya mengeluarkan kos untuk menampung Program Payung RAHMAH.

B7: Adakah anda berpuas hati dengan pelaksanaan Program Payung RAHMAH		Peratusan
<i>Sangat puas hati</i>		34
<i>Puas hati</i>		47
<i>Kurang puas hati</i>		16
<i>Tidak puas hati</i>		2
<i>Sangat tidak puas hati</i>		1

Jadual 9: Tahap Kepuasan Hati Pelaksanaan Program Payung RAHMAH

Demografi	Puas Hati	Tidak Puas Hati
<i>Jantina</i>		
<i>Lelaki</i>	74%	26%
<i>Perempuan</i>	72%	28%
<i>Kaum</i>		
<i>Melayu</i>	72%	28%
<i>Cina</i>	76%	25%
<i>India</i>	68%	32%
<i>Bumiputera Sarawak</i>	92%	8%
<i>Bumiputera Sabah</i>	68%	32%
<i>Umur</i>		
<i>18-20 tahun</i>	65%	35%
<i>21-29 tahun</i>	74%	26%
<i>30-39 tahun</i>	75%	26%
<i>40-49 tahun</i>	73%	27%
<i>50-59 tahun</i>	75%	25%
<i>60 tahun dan ke atas</i>	73%	27%
<i>Kumpulan Isi Rumah</i>		
<i>B40</i>	74%	26%
<i>M40</i>	72%	28%
<i>T20</i>	50%	50%
<i>Negeri</i>		
<i>Perlis</i>	46%	54%
<i>Kedah</i>	86%	14%
<i>Pulau Pinang</i>	36%	64%
<i>Perak</i>	65%	35%
<i>Kelantan</i>	88%	12%
<i>Terengganu</i>	79%	21%

<i>Pahang</i>	83%	17%
<i>Selangor</i>	59%	41%
<i>WP Kuala Lumpur</i>	93%	7%
<i>WP Putrajaya</i>	33%	67%
<i>WP Labuan</i>	100%	0%
<i>Melaka</i>	25%	75%
<i>Negeri Sembilan</i>	40%	60%
<i>Johor</i>	95%	5%
<i>Sarawak</i>	91%	9%
<i>Sabah</i>	69%	31%
Lokaliti		
<i>Bandar</i>	72%	28%
<i>Pinggir Bandar</i>	68%	32%
<i>Kampung</i>	80%	20%
<i>Tanah Rancangan</i>	85%	15%

Jadual 10: Turutan-Silang Kepuasan Hati Pelaksanaan Program Payung RAHMAH

Jadual 9 menunjukkan majoriti responden (81 peratus) berpuas hati dengan pelaksanaan Program Payung RAHMAH manakala jadual 10 menunjukkan turutan-silang (crosstabs) demografi bagi soalan tersebut. Kelompok umur 50-59 tahun, bumiputera Sabah, negeri Kedah, Sabah, Perlis, kumpulan T20 dan lokaliti tanah rancangan menunjukkan tahap kepuasan hati yang rendah sedikit terhadap pelaksanaan Program Payung RAHMAH.

B8. Pada pendapat anda, adakah KPDN berada pada landasan yang tepat dalam melaksanakan Program Payung RAHMAH?	Peratusan
<i>Sangat tepat</i>	32
<i>Tepat</i>	51
<i>Kurang tepat</i>	14
<i>Tidak tepat</i>	2
<i>Sangat tidak tepat</i>	1

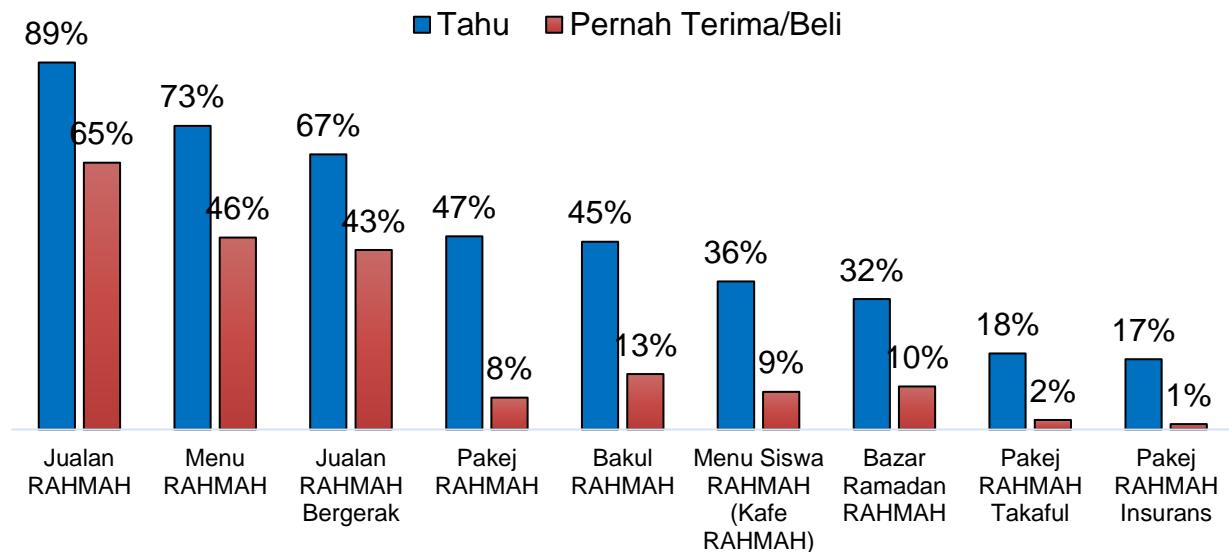
Jadual 11: Halatuju KPDN Dalam Melaksanaan Program Payung RAHMAH

Demografi	Tepat	Tidak Tepat
<i>Jantina</i>		
<i>Lelaki</i>	85%	15%
<i>Perempuan</i>	82%	18%
<i>Kaum</i>		
<i>Melayu</i>	83%	17%
<i>Cina</i>	84%	16%
<i>India</i>	83%	17%
<i>Bumiputera Sarawak</i>	98%	3%
<i>Bumiputera Sabah</i>	76%	24%
<i>Umur</i>		
<i>18-20 tahun</i>	85%	15%
<i>21-29 tahun</i>	86%	14%
<i>30-39 tahun</i>	80%	20%
<i>40-49 tahun</i>	87%	13%
<i>50-59 tahun</i>	79%	21%
<i>60 tahun dan ke atas</i>	83%	17%
<i>Kumpulan Isi Rumah</i>		
<i>B40</i>	84%	16%
<i>M40</i>	83%	17%
<i>T20</i>	79%	21%
<i>Negeri</i>		
<i>Perlis</i>	54%	46%
<i>Kedah</i>	58%	42%
<i>Pulau Pinang</i>	83%	17%

	Perak	71%	29%
	Kelantan	99%	1%
	Terengganu	88%	12%
	Pahang	84%	16%
	Selangor	89%	12%
	WP Kuala Lumpur	98%	2%
	WP Putrajaya	67%	33%
	WP Labuan	100%	0%
	Melaka	84%	16%
	Negeri Sembilan	70%	30%
	Johor	87%	13%
	Sarawak	98%	2%
	Sabah	74%	26%
Lokaliti			
	Bandar	87%	13%
	Pinggir Bandar	83%	17%
	Kampung	81%	19%
	Tanah Rancangan	70%	30%

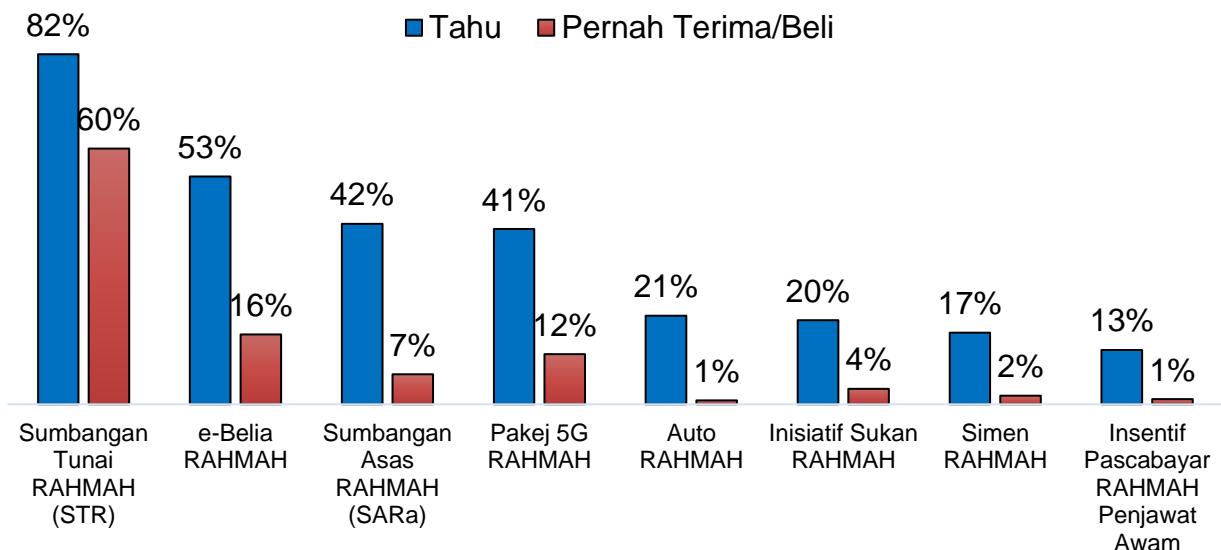
Jadual 12: Turutan-Silang Halatuju KPDN Dalam Melaksanakan Program Payung RAHMAH

Jadual 11 menunjukkan majoriti responden (83 peratus) berpandangan KPDN berada dalam landasan yang tepat dalam melaksanakan Program Payung RAHMAH manakala jadual 12 menunjukkan turutan-silang (crosstabs) demografi bagi soalan tersebut. Kelompok umur 50-59 tahun, bumiputera Sabah, negeri Kedah, Perlis, Perak, Negeri Sembilan, Sabah, kumpulan T20 dan lokaliti tanah rancangan menunjukkan kurang bersetuju bahawa KPDN berada dalam landasan yang tepat dalam melaksanakan Program Payung RAHMAH.



Rajah 1: Keberadaan Inisiatif-Inisiatif Program Payung RAHMAH Kendalian KPDN

Rajah 1 menunjukkan keberadaan inisiatif-inisiatif dalam Program Payung RAHMAH kalangan responden. Jualan RAHMAH, Menu RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak merupakan tiga inisiatif yang paling popular kalangan responden.



Rajah 2: Keberadaan Inisiatif-Inisiatif Kendalian Selain KPDN

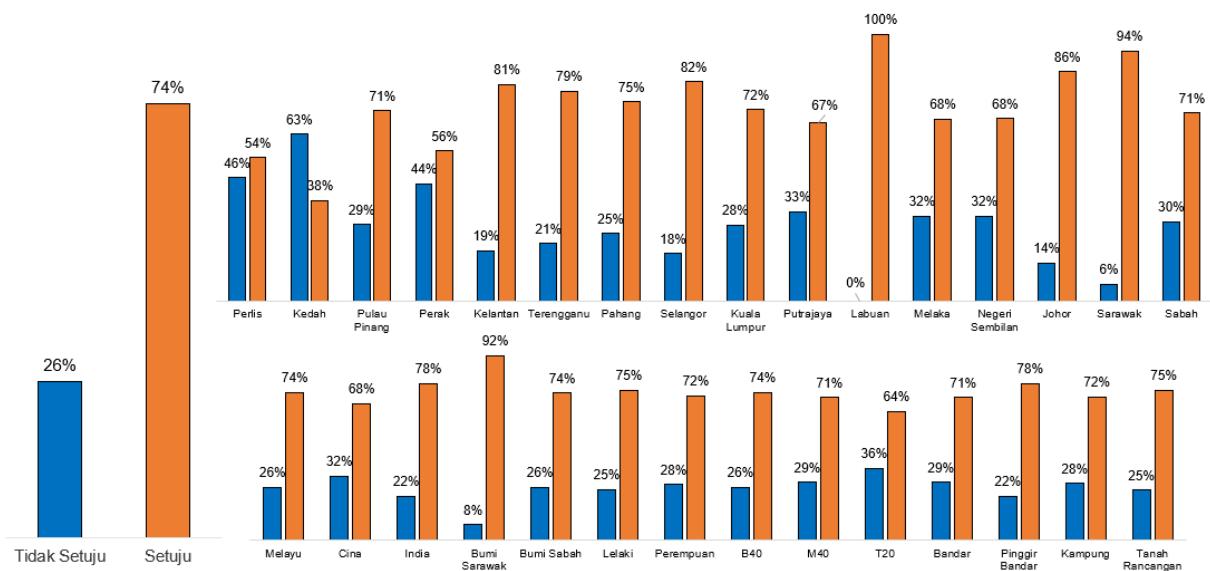
Rajah 2 menunjukkan keberadaan inisiatif-inisiatif yang dikendalikan selain KPDN kalangan responden. Sumbangan Tunai RAHMAH (STR), E-Belia RAHMAH, Sumbangan Asas RAHMAH (SARa) dan Pakej 5G RAHMAH merupakan tiga inisiatif yang paling popular kalangan responden.

Bil	Pernyataan	Tidak Setuju	Setuju
D1	Program Payung RAHMAH amat membantu kehidupan sehari-hari saya	26%	74%
D2	Program Payung RAHMAH dapat mengurangkan kos sara hidup keluarga saya	27%	73%
D3	Program Payung RAHMAH memberi penjimatan yang besar terhadap perbelanjaan harian saya	33%	67%
D4	Program Payung RAHMAH mampu membawa keluarga saya ke arah yang lebih baik	27%	73%
D5	Penjimatan yang saya terima daripada Program Payung RAHMAH saya gunakan kepada perkara yang lebih memerlukan	22%	78%
D6	Program Payung RAHMAH yang diperkenalkan membantu saya menjadi insan yang lebih baik	28%	73%
D7	Program Payung RAHMAH membawa keluarga saya keluar daripada kepompong kemiskinan tegar	41%	59%
D8	Saya berharap Program Payung RAHMAH dikekalkan sampai bila-bila	13%	87%
D9	Program Payung RAHMAH adalah inovasi terbaik yang pernah Kerajaan Perpaduan laksanakan	21%	79%
D10	Saya berharap Program Payung RAHMAH diperluaskan kepada sektor-sektor lain	11%	89%
D11	Mengawal dan menurunkan harga barang jauh lebih penting berbanding Program Payung RAHMAH	12%	88%
D12	Program Payung RAHMAH ini telah berjaya memangkin ekonomi rakyat menjadi lebih baik	25%	75%

Jadual 13: Impak Program Payung RAHMAH

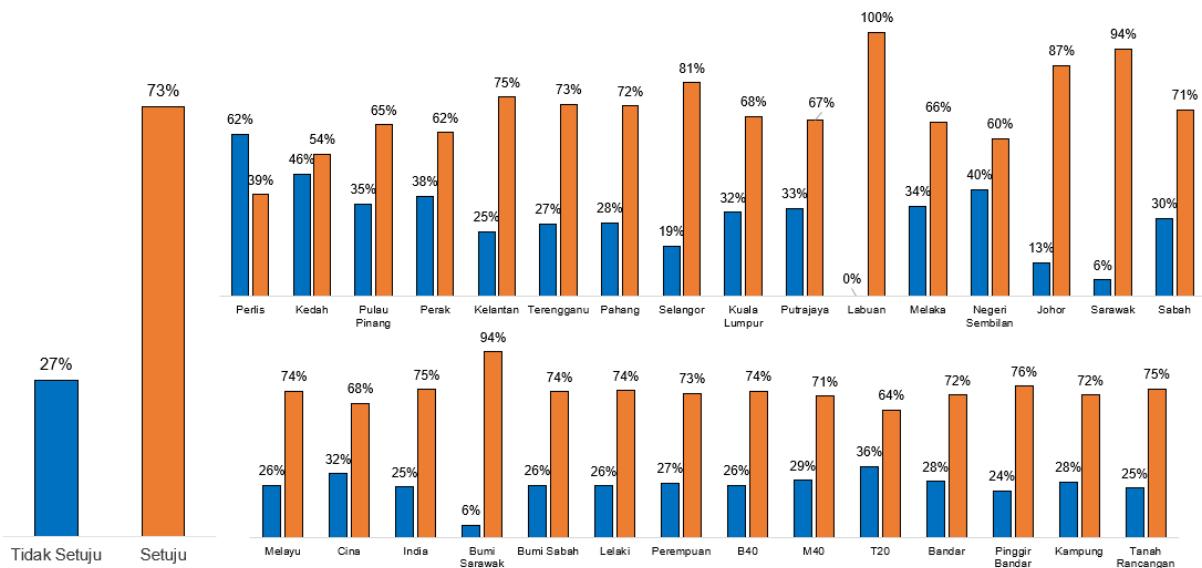
Majoriti responden yang ditemui bersetuju bahawa Program Payung RAHMAH memberi impak kepada kehidupan mereka walaupun tidak sepenuhnya sepetimana jawapan yang diberikan dalam jadual 13.

Rajah 3 sehingga rajah 15 pula menunjukkan turutan-silang (crosstabs) demografi dengan soalan-soalan D1 sehingga D12. Daripada rajah-rajab tersebut secara umumnya menunjukkan kelompok dari negeri Perlis, Kedah, Perak, Sabah, kumpulan T20 kurang bersetuju bahawa Program Payung RAHMAH memberi impak kepada kehidupan mereka.



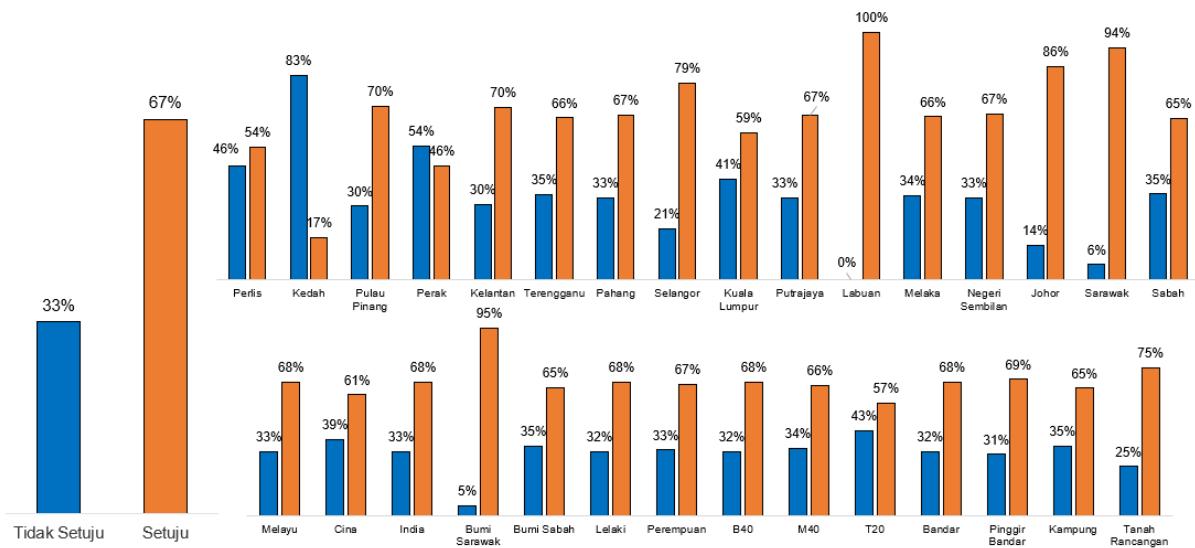
D1. Program Payung RAHMAH amat membantu kehidupan sehari-hari saya

Rajah 3: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D1



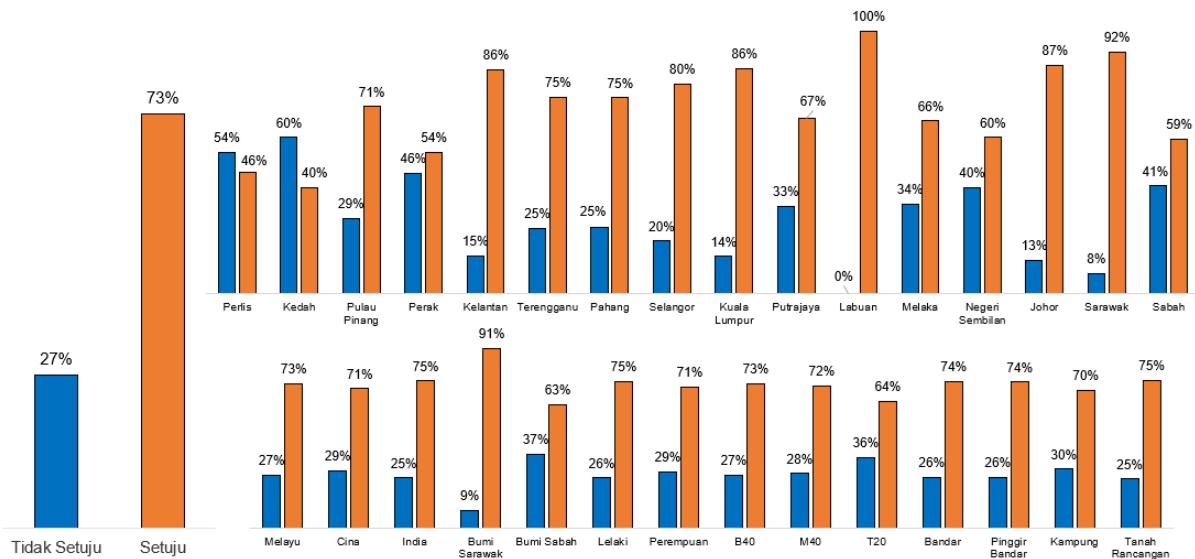
D2. Program Payung RAHMAH dapat mengurangkan kos sara hidup keluarga saya

Rajah 4: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D2



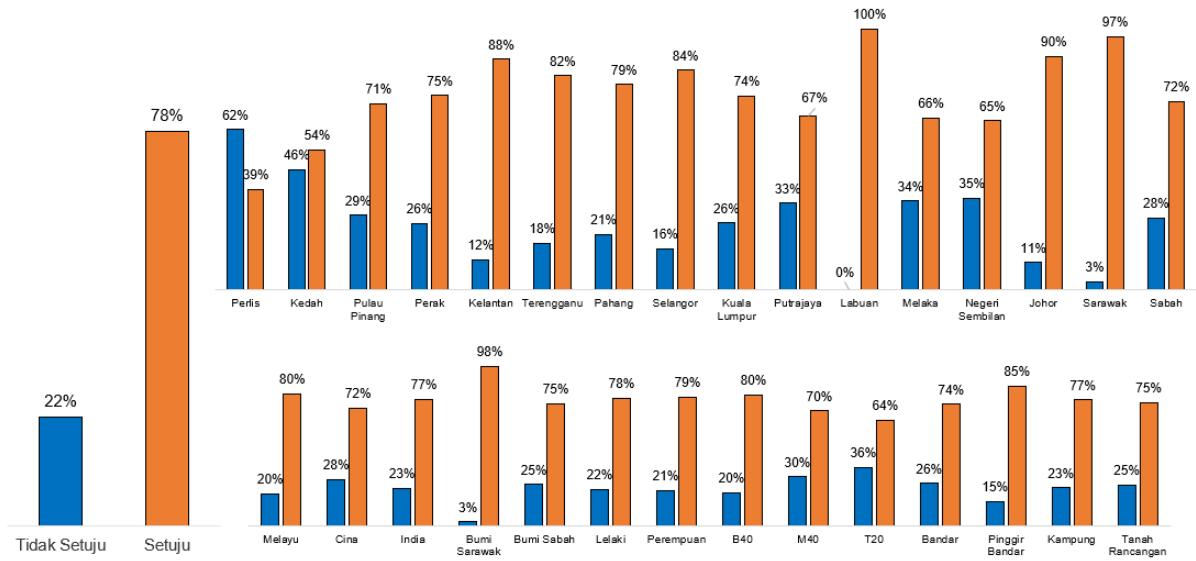
D3. Program Payung RAHMAH memberi penjimatan yang besar terhadap perbelanjaan harian saya

Rajah 5: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D3



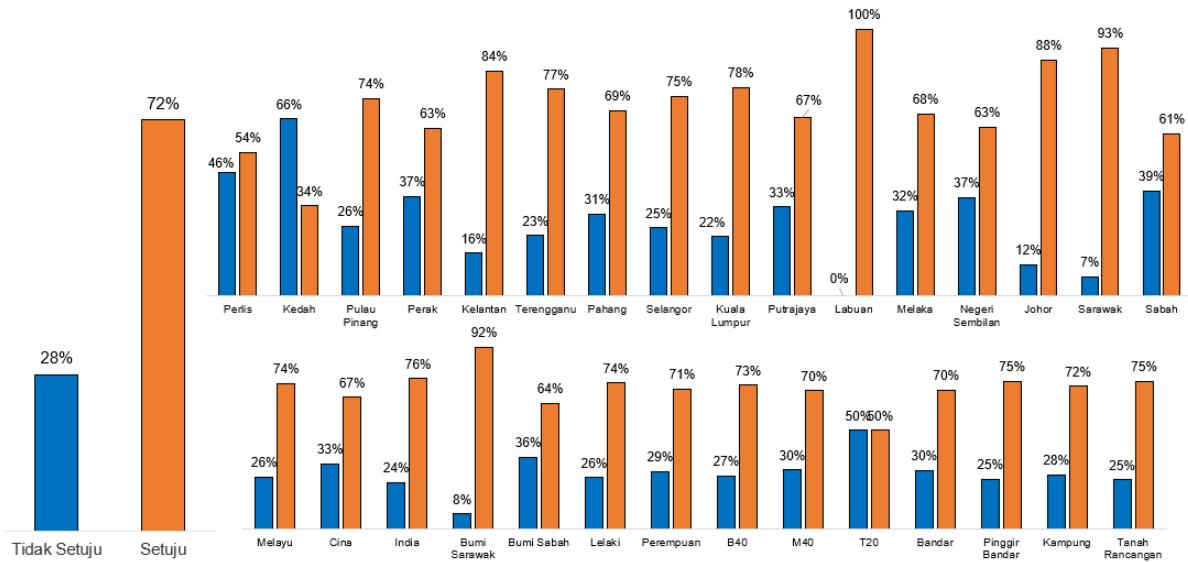
D4. Program Payung RAHMAH mampu membawa keluarga saya ke arah yang lebih baik

Rajah 6: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D4



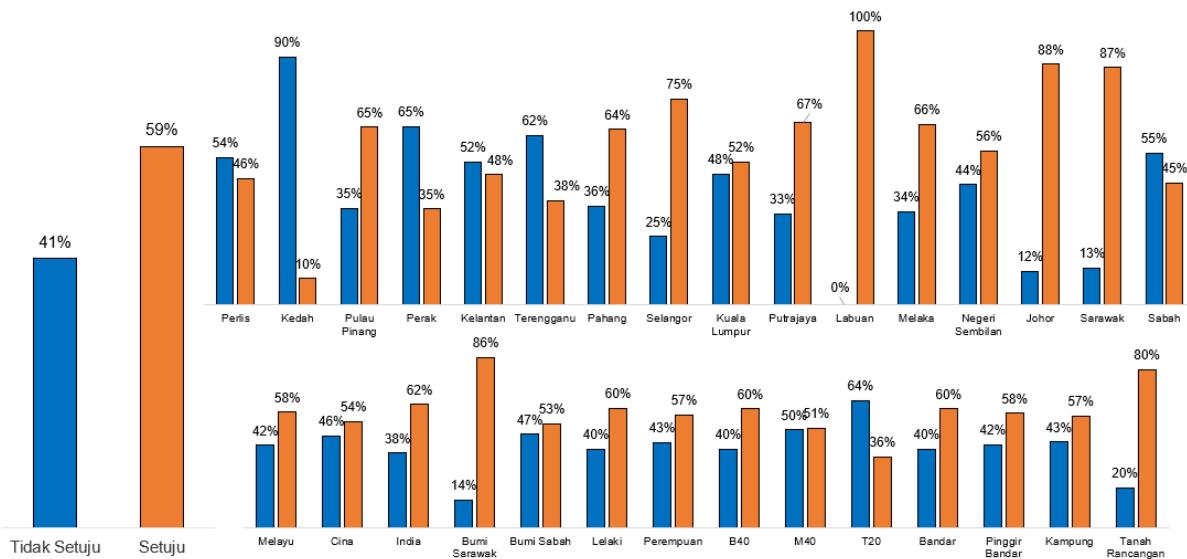
D5. Penjimatan yang saya terima daripada Program Payung RAHMAH saya gunakan kepada perkara yang lebih memerlukan

Rajah 7: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D5



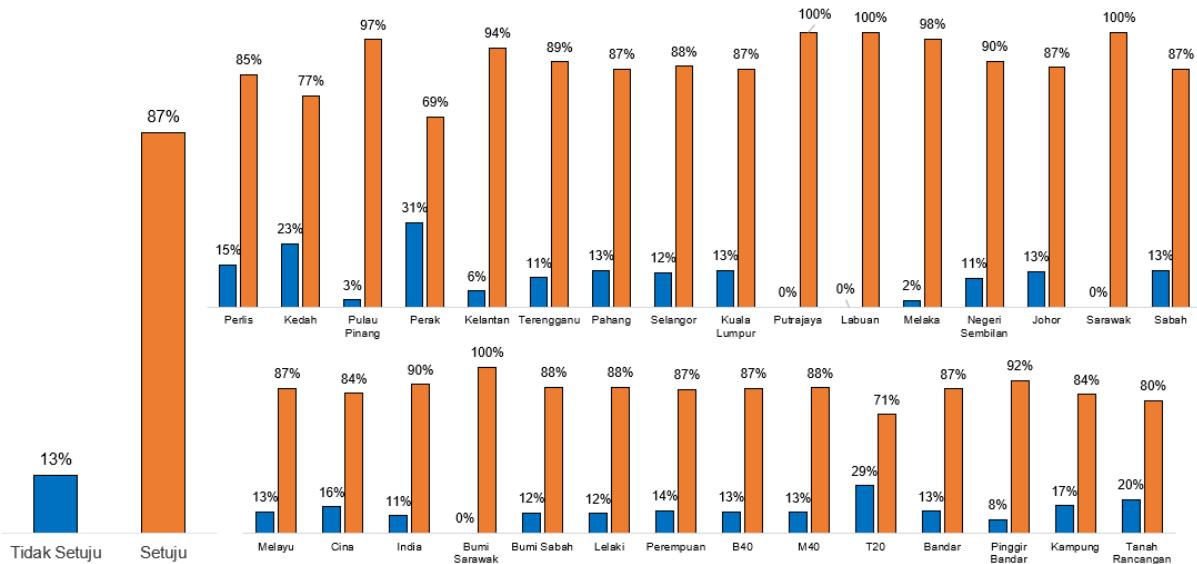
D6. Program Payung RAHMAH yang diperkenalkan membantu saya menjadi insan yang lebih baik

Rajah 8: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D6



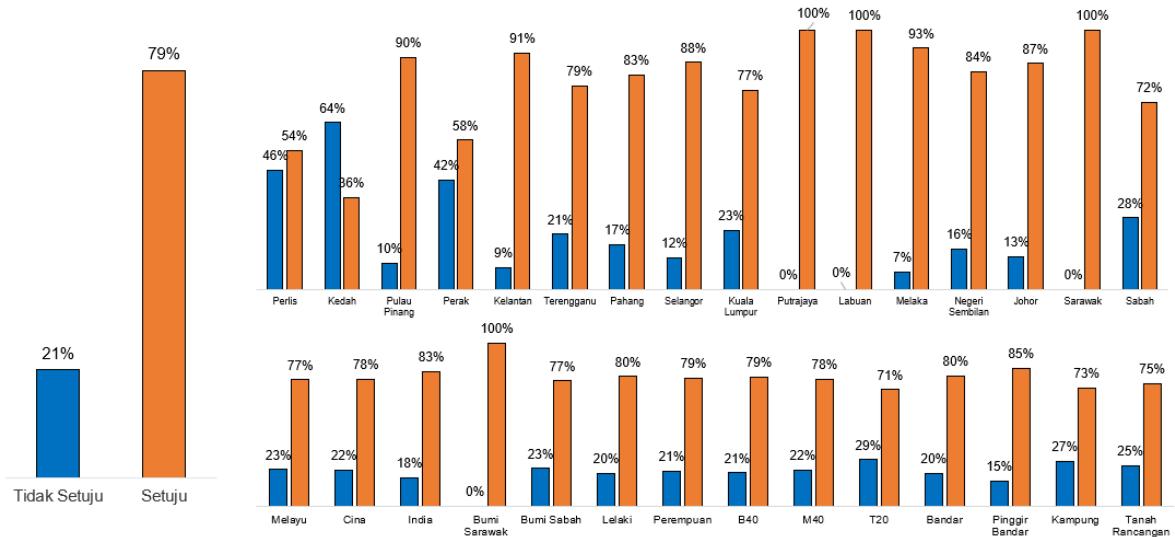
D7. Program Payung RAHMAH membawa keluarga saya keluar daripada kepompong kemiskinan tegar

Rajah 9: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D7

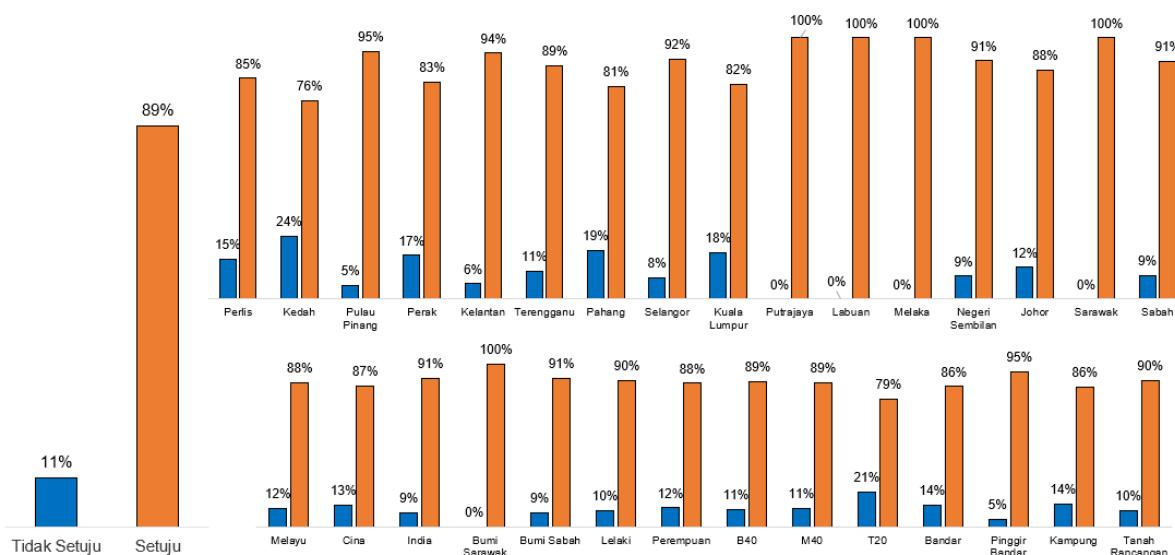


D8. Saya berharap Program Payung RAHMAH dikelakkan sampai bila-bila

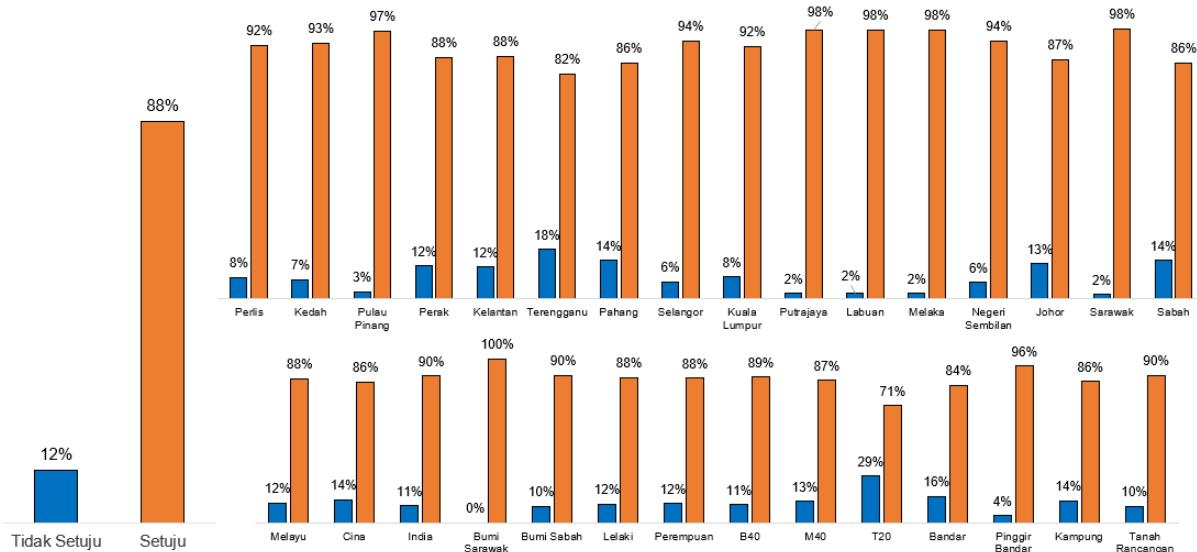
Rajah 10: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D8



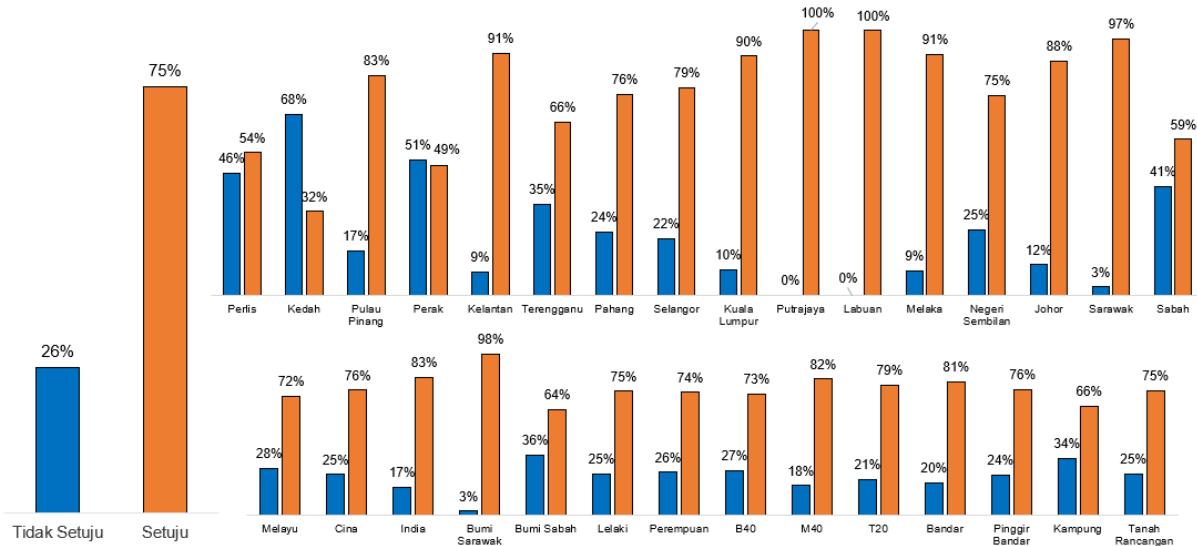
Rajah 11 : Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D9



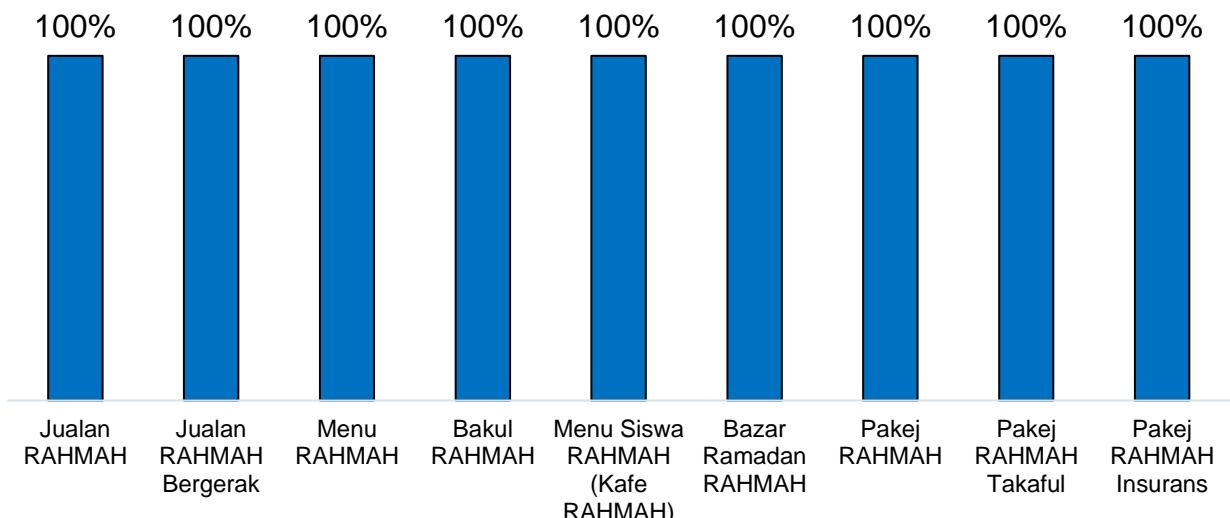
Rajah 12: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D10



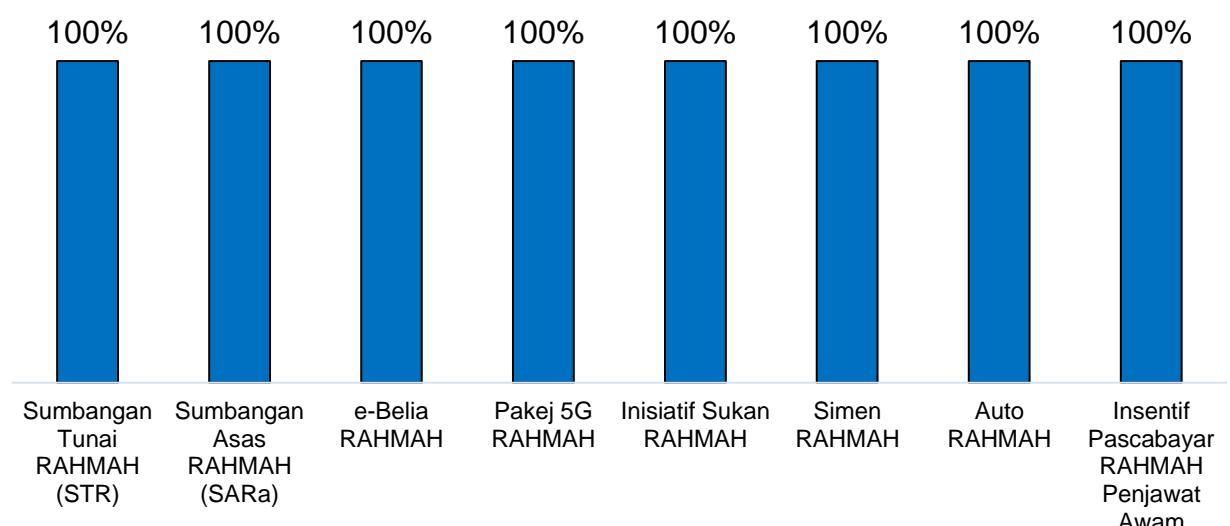
Rajah 13: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D11



Rajah 14: Turutan-Silang Demografi Responden Dengan Soalan D12



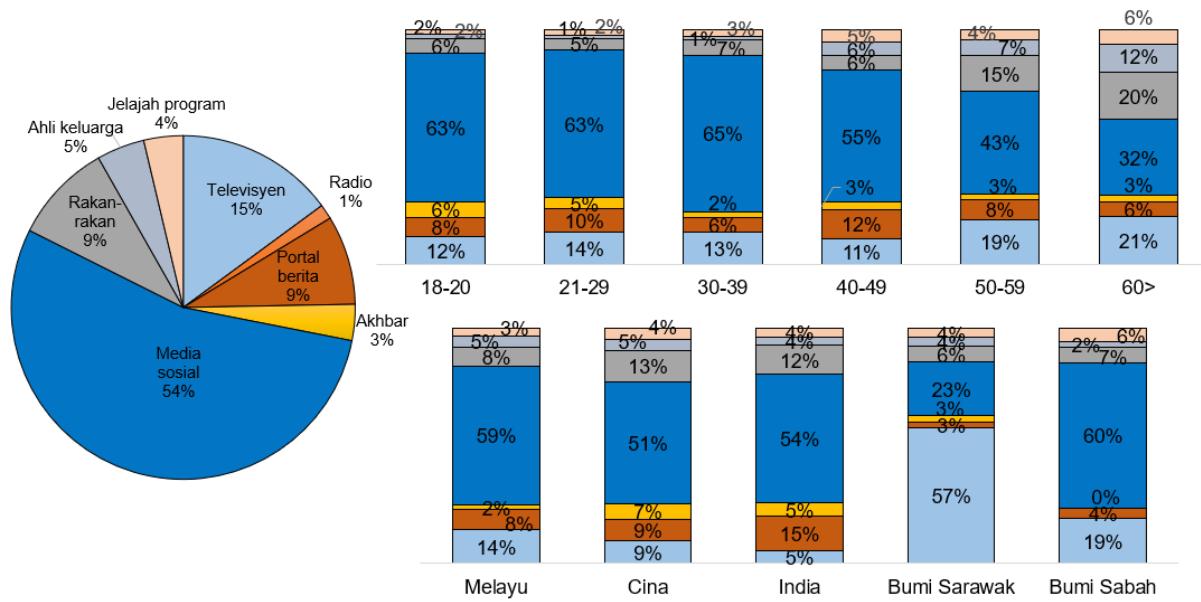
Rajah 15: Impak Setiap Inisiatif-Inisiatif Program Payung RAHMAH



Rajah 16: Impak Setiap Inisiatif-Inisiatif Program Payung RAHMAH

Analisis seterusnya melihat impak bagi setiap inisiatif-inisiatif Program Payung RAHMAH dan inisiatif-inisiatif kendalian kementerian lain. Responden yang dikira dalam rajah 15 dan rajah 16 adalah terdiri mereka yang pernah menerima atau membeli inisiatif-inisiatif tersebut sahaja. Responden yang tidak pernah menerima atau membeli, tidak akan dimasukkan dalam kedua-dua rajah di atas.

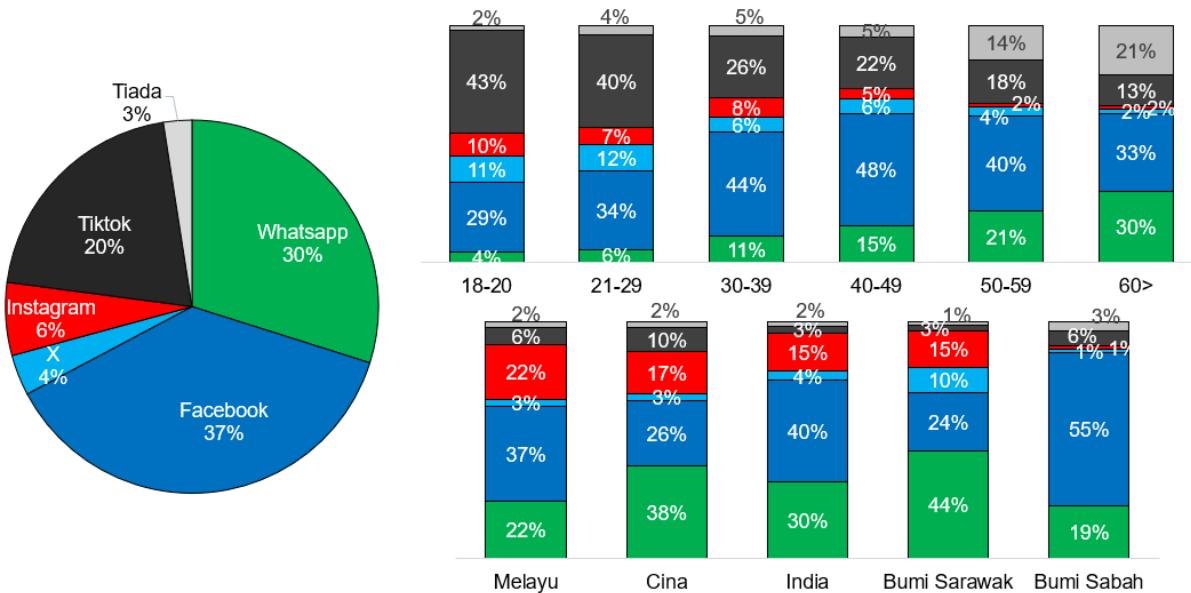
Data menunjukkan 100 peratus bersetuju bahawa inisiatif-inisiatif yang diterima atau dibeli oleh mereka mempunyai impak terhadap mereka dari sudut mengurangkan sedikit sebanyak kos sara hidup mereka.



Rajah 17: Sumber Maklumat Responden dan Turutan-Silang

Responden turut ditanya tentang sumber maklumat tentang Program Payung RAHMAH dengan lebih separuh responden menyatakan sumber utama mereka adalah media sosial iaitu 54 peratus, televisyen 15 peratus, portal berita (internet) 9 peratus, rakan-rakan 9 peratus, ahli keluarga 5 peratus, jelajah program 4 peratus, akhbar 3 peratus dan radio 1 peratus.

Dari segi demografi, semua kelompok umur dan etnik kecuali bumiputera Sarawak menjadikan media sosial sebagai sumber utama mereka. Bagi bumiputera Sarawak, mereka mendapatkan info maklumat tentang Program Payung RAHMAH melalui televisyen.



Rajah 17: Medium Media Sosial Responden dan Turutan-Silang

Seterusnya responden ditanya lebih lanjut tentang jenis pelantar atau medium media sosial yang digunakan dengan pecahan adalah Facebook 37 peratus, Whatsapp 30 peratus, Tiktok 20 peratus, Instagram 6 peratus dan X 4 peratus.

Dari komposisi umur, Tiktok jelas mendominasi responden bawah 30 tahun manakala Facebook menguasai responden 40 tahun dan ke atas. Dari segi kaum pula menunjukkan etnik Melayu lebih kepada Facebook 37 peratus, Cina (Whatsapp 36 peratus), India (Facebook 40 peratus), bumiputera Sarawak (Whatsapp 44 peratus) dan bumiputera Sabah (Facebook 56 peratus).

8.2 Pemberi Manfaat

Seramai 200 responden pemberi manfaat atau rakan strategik Program Payung RAHMAH dipilih secara rawak berstrata berdasarkan maklumat yang dikongsikan oleh pihak KPDN. Responden yang terlibat adalah mereka yang terdiri daripada pihak pengurusan yang boleh mewakili organisasi pemberi manfaat.

8.2.1 Demografi

Demografi		Peratusan
<i>Jenis Perkhidmatan</i>		
<i>Restoran/Gerai</i>		77.0
<i>Pasaraya</i>		19.0
<i>Telekomunikasi</i>		3.0
<i>Lain-lain</i>		1.0
<i>Jumlah Pekerja</i>		
<i>< 5 orang</i>		21.0
<i>5<30 orang</i>		43.0
<i>30<75 orang</i>		23.0
<i>> 75 orang</i>		12.0
<i>Jenis Inisiatif</i>		
<i>Menu RAHMAH</i>		69.5
<i>Jualan RAHMAH</i>		14.5
<i>Menu Siswa RAHMAH</i>		5.5
<i>Bakul RAHMAH</i>		4.0
<i>Jualan RAHMAH Bergerak</i>		4.0
<i>Pakej RAHMAH</i>		2.0
<i>Bazar Ramadan RAHMAH</i>		0.5
<i>Pakej RAHMAH Takaful</i>		0.0
<i>Pakej RAHMAH Insurans</i>		0.0
<i>Negeri</i>		
<i>Perlis</i>		1.0
<i>Kedah</i>		5.5
<i>Pulau Pinang</i>		7.5
<i>Perak</i>		8.5
<i>Kelantan</i>		3.0
<i>Terengganu</i>		3.5
<i>Pahang</i>		4.5
<i>Selangor</i>		24.5
<i>WP Kuala Lumpur</i>		8.5
<i>WP Putrajaya</i>		0.5
<i>WP Labuan</i>		0.0
<i>Melaka</i>		3.0
<i>Negeri Sembilan</i>		4.5
<i>Johor</i>		10.0
<i>Sarawak</i>		7.0
<i>Sabah</i>		8.5

Lokaliti	
Bandar	89.5
Pinggir Bandar	9.0
Kampung	1.5

Jadual 14: Demografi Responden Pemberi Manfaat

Jadual 14 menunjukkan demografi responden bagi kategori pemberi manfaat atau rakan strategik kepada Program Payung RAHMAH. Ianya meliputi seluruh negara dengan tumpuan kepada pemberi manfaat inisiatif Menu RAHMAH, Jualan RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak dan lain-lain.

8.2.2 Dapatan Kajian

Bil	Pernyataan	Tidak Setuju	Setuju
C1	Program Payung RAHMAH yang dilaksanakan membantu jualan keseluruhan organisasi kami	14%	86%
C2	Program Payung RAHMAH yang disediakan membuatkan lebih ramai pelanggan mengenali organisasi kami	15%	85%
C3	Program Payung RAHMAH yang disediakan memberi promosi tambahan kepada organisasi kami	14%	86%
C4	Program Payung RAHMAH amat memberi manfaat berganda kepada perkembangan organisasi kami	20%	80%
C5	Program Payung RAHMAH memberi keuntungan yang baik kepada organisasi kami	22%	79%
C6	Pelanggan semakin bertambah sejak Program Payung RAHMAH diperkenalkan	18%	82%
C7	Program Payung RAHMAH ini memberi peluang kepada organisasi kami memberi amal jariah kepada pelanggan kami pada masa yang sama	26%	75%
C8	Saya berharap Program Payung RAHMAH ini dikekalkan sampai bila-bila	14%	87%
C9	Program Payung RAHMAH adalah inovasi terbaik yang pernah Kerajaan Perpaduan laksanakan	13%	87%
C10	Saya berharap Program Payung RAHMAH diperluaskan kepada sektor-sektor lain	8%	93%
C11	Program Payung RAHMAH adalah sebahagian tanggungjawab sosial korporat (CSR) organisasi kami	9%	91%
C12	Program Payung RAHMAH adalah program yang mampan dan mampu bertahan lama	15%	85%

Jadual 15: Impak Program Payung RAHMAH

Jadual 15 menunjukkan impak Program Payung RAHMAH terhadap organisasi pemberi manfaat dengan majoriti responden menyatakan program ini sangat bermanfaat dan memberi impak yang besar organisasi mereka dari segi keuntungan, pemasaran dan lain-lain.

Bil	Pernyataan	Tidak Setuju	Setuju
D1	Kerajaan memberi insentif kepada penyedia perkhidmatan Program Payung RAHMAH	7%	93%
D2	Kerajaan memberi potongan cukai kepada penyedia perkhidmatan Program Payung RAHMAH	9%	91%
D3	Kerajaan memberi Kad Diskaun Khas kepada penyedia perkhidmatan Program Payung RAHMAH untuk mendapatkan bahan-bahan mentah berkaitan	9%	91%

D4	Kerajaan mengekalkan subsidi kepada barang-barang keperluan yang utama bagi menampung kos	6%	95%
D5	Kerajaan mengawal sekaligus menurunkan harga bahan mentah atau barang keperluan asas	6%	95%

Jadual 16: Cadangan Ke Hadapan

Mereka juga secara konsenses bersetuju dan mendokong penuh dengan cadangan-cadangan seperti yang diutarakan dalam jadual 16 dapat dilaksanakan.

9.0 RUMUSAN KAJIAN

9.1. Penerima Manfaat

9.1.1 Wujud Kekeliruan Apabila Diajukan Program Payung RAHMAH

Majoriti responden rentas zon tidak mengetahui jenama rangkuman semua inisiatif kebajikan Kerajaan di bawah nama Program Payung RAHMAH.

Menerusi dapatan kualitatif dapat menjawab makna tersirat kerana menerusi soalan kaji selidik walaupun mengetahui apa itu Payung RAHMAH, tetapi sebenarnya jawapan berkenaan hadir selepas dijelaskan kepada mereka komponen di dalam Payung RAHMAH.

Ini dapat disimpulkan bahawa wujud kekeliruan pada pengetahuan responden yang dikaji bahawa Payung RAHMAH merupakan satu inisiatif baharu, bukannya rangkuman semua inisiatif program yang sepatutnya mereka faham.

Responden Melayu secara khusus memaklumkan perkataan “rahmah” mempunyai makna yang tersendiri dan dekat dengan nurani mereka. “Rahmah” mengandungi makna mendalam yang sangat tepat digandingkan dengan usaha kebajikan dan meringankan beban rakyat.

Paling bermakna inisiatif seperti Jualan RAHMAH dan Menu RAHMAH misalnya memberi impak langsung dan dapat dirasai secara terus mampu mengurangkan kos sara hidup mereka.

Atas asbab itu, ketika mana diperkenalkan Menu RAHMAH oleh mantan Menteri KPDN, inisiatif ini menjadi tular dan berkembang secara organik di seluruh lapisan masyarakat.

Sambutan diterima baik oleh kumpulan peniaga kerana seruan ketika itu ialah menggalakkan para peniaga yang ingin berbuat amal dengan menawarkan salah satu menu dengan harga ‘rahmah’ kepada pelanggan mereka.

Inisiatif Menu RAHMAH ketika itu diwar-warkan sebagai galakan berbuat kebajikan oleh peniaga sektor makanan tanpa membabitkan suntikan kewangan oleh pihak kerajaan.

Selepas itu, inisiatif RAHMAH berkembang dengan produk yang lain. Walaupun inisiatif lain seperti Jualan RAHMAH melibatkan sejumlah subsidi oleh kerajaan, tetapi pemahaman sebilangan responden dalam kajian ini masih melihat bahawa inisiatif bawah Payung RAHMAH ialah program CSR rakan strategik KPDN. Perkara ini wajar diluruskan oleh media komunikasi Kementerian.

9.1.2 Hebahan dan Promosi Agak Terhad

Bagi lokaliti bandar, hebahan melalui Facebook dan perkongsian kumpulan Whatsapp setempat menjadi rujukan tempat Jualan RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak.

Bagi kawasan pedalaman lebih kepada perkongsian konvensional dan banner yang dipasang. Sebahagian pula hanya mendapat tahu apabila melihat ramai berkumpul semasa Jualan RAHMAH diadakan.

Menerusi dapatan kualitatif ini, responden mengakui informasi mengenai Jualan RAHMAH tidak sama aras seperti mana hebahan Jualan Murah Keluarga Malaysia suatu ketika dulu.

Pada hemat responden, walaupun wujud limitasi pada hebahan Jualan RAHMAH, namun tatkala jualan berlangsung, rakyat hadir melalui perkongsian dalam medium informasi setempat.

Sebahagian mereka sangat 'alert' terutama di kawasan penempatan miskin bandar kerana bagi mereka, dengan harga yang diperoleh menerusi jualan itu sangat berbaloi dan mengurangkan perbelanjaan isi rumah mereka.

9.1.3 Tumpuan Sewajarnya Kepada Pemantauan Harga dan Kekurangan Bekalan

Ketika kajian dilakukan, kekurangan bekalan beras, minyak masak, telur serta berlaku kenaikan harga barang keperluan terutama di kawasan luar bandar sedikit memgganggu dapatkan kajian yang mana dihalakan kepada KPDN untuk bertindak mengatasi kenaikan harga barang yang menyebabkan kos sara hidup mereka meningkat.

Responden dalam kajian ini menyifatkan selain menumpukan kepada aspek Jualan RAHMAH yang dilaksanakan secara berkala dan lokaliti terpilih, ada baik kiranya pihak KPDN menumpukan pemantauan harga terhadap kedai runcit di kawasan mereka.

Pada persepsi mereka, kenaikan harga ketika kajian ini dilakukan adalah signifikan dan tidak menolak sekiranya ada premis jualan runcit mengambil kesempatan menaikkan dan mencatut harga barang.

Penguatkuasaan perlu ditunjukkan secara optik kepada rakyat bahawa dalam perihal kawalan harga, KPDN serius dan tegas memastikan harga yang dijual ialah harga yang sewajarnya berdasarkan ketentuan pasaran ketika itu.

Menerusi kajian ini, sebilangan responden mungkin kurang arif dari sudut tanggungjawab bekalan makanan terletak di bawah Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan, tetapi menghadapi situasi yang berkait dengan kos sara hidup, kerjasama yang erat antara KPDN dan KPKM wajar ditunjukkan kepada rakyat.

Kenyataan media bersama di antara dua kementerian yang saling berkait ini mampu memberikan keyakinan kepada rakyat bahawa kerajaan sangat serius dalam menangani kos sara hidup yang dihadapi rakyat sekarang.

9.1.4 Menu RAHMAH Pemangkin Program Payung RAHMAH

Ternyata di dalam kajian ini, empat inisiatif Program Payung RAHMAH ini sangat dekat dengan hati responden. Kita dapat memahami kerana inisiatif ini melibatkan bantuan terus kepada rakyat. Impaknya dirasai secara langsung.

Kecuali STR, tiga inisiatif di bawah seliaan KPDN. Oleh itu, memastikan kelangsungan dan kemampanan serta pelaksanaan yang lebih baik amat diharapkan oleh rakyat.

Berkait dengan Menu RAHMAH, menerusi kajian ini kami dapati sebahagian lokaliti di pedalaman seperti di Kelantan dan Terengganu mungkin agak terhad kerana perbezaan harga antara menu makanan biasa dengan Menu RAHMAH tidak begitu ketara.

Banyak juga premis yang asalnya menjual kini tidak lagi menyediakannya atas alasan kenaikan harga barang mentah dan harga yang tidak membawa pulangan untung kepada peniaga ketika kajian ini dilakukan.

Secara umumnya, falsafah Menu RAHMAH yang dilancarkan pada mulanya oleh KPDN rakyat yang memerlukan amat bersyukur.

Paling ketara ialah penyediaan Menu RAHMAH di restoran makanan segera ternama. Bagi mereka yang kurang berkemampuan, sebelum ini mereka tidak mampu untuk membeli kepada anak-anak mereka.

Tetapi setelah Menu RAHMAH diperkenalkan, mereka boleh membuat kiraan mudah perbelanjaan dan sekurang-kurang dapat juga merasai makanan di restoran sebegitu. Keadaan ini ditinjau tatkala belum berlakunya boikot sempena perperangan antara Palestine-Israel di Gaza.

9.1.5 Pandangan Tentang Kemampanan Program Payung RAHMAH Terbelah

Bagi kumpulan yang melihat Program Payung RAHMAH ada daya kemampanan selagi mana Kerajaan Perpaduan kekal.

Responden kajian berpandangan sesuatu dasar itu adalah mengikut kerajaan yang memerintah. Ketika pemerintahan BN dikenali dengan BR1M, Bantuan Prihatin di bawah PN dan kini Kerajaan Perpaduan memperkenalkan Program Payung RAHMAH.

Oleh itu, mereka melihat ianya akan berkekalan sekiranya Kerajaan Perpaduan terus kekal mentadbir dan seandainya berlaku pertukaran kerajaan, satu jenama lain akan diperkenalkan walaupun ianya merupakan dasar substantif dengan matlamat dan falsafahnya yang hampir sama.

Kumpulan yang agak kritis berpandangan, sukar bertahan kerana mereka melihat kenaikan harga barang akan membebankan kerajaan untuk meneruskan inisiatif murni ini.

Kebanyakan responden bukan Melayu agak ragu dan skeptikal sejauhmana dasar sebegini mampu bertahan dalam keadaan iklim ekonomi dunia mahupun domestik yang membawa ketidaktentuan bekalan dan harga barang.

Ini berkait rapat dengan kedudukan mata wang ringgit dan pertukaran nilai dagangan, urusan import eksport banyak mempengaruhi kebaikan harga sekarang.

Berkaitan dengan itu, kumpulan ini berpandangan bahawa ianya turut akan menyebabkan kerajaan sukar untuk mengekalkan inisiatif seumpama ini jika harga barang berterusan meningkat pada masa akan datang.

9.1.6 Dapatan Zon Borneo

Responden di kawasan pedalaman mendakwa walaupun ada Jualan RAHMAH atau Jualan RAHMAH Bergerak, bagi mereka pusat jualan ini masih jauh untuk mereka sampai. Jika sampai sekalipun, kadangkala barang sudah habis.

Ini menyebabkan responden di kawasan pedalaman Sabah dan Sarawak berpendapat Jualan RAHMAH masih tidak berbaloi kerana mereka terpaksa mengeluarkan kos pengangkutan untuk ke tempat jualan serta memakan masa yang lama untuk mereka sampai.

Mereka melihat konsep barang keperluan perlu ditempatkan di kedai-kedai di kawasan yang jauh pedalaman untuk bagi mudah mereka lebih berkesan berbanding Jualan RAHMAH Bergerak.

Dengan keadaan ini, responden di kawasan pedalaman Sabah dan Sarawak merasakan perlu ada usaha menempatkan barang keperluan asas yang disubsidi kerajaan pada titik berkumpul di lokaliti strategik dalam kawasan mereka.

Cara ini bagi mereka lebih berkesan berbanding Jualan RAHMAH Bergerak yang mempunyai keterbatasan jumlah barang yang dibawa dan tempoh masa untuk rakyat mendapatkan barang keperluan berkenaan.

9.1.7 Kekurangan-Kekurangan Dalam Program Payung RAHMAH

Promosi Payung RAHMAH tidak seimbang di antara setiap inisiatif. Pihak rakan strategik misalnya kurang memainkan peranan dalam aspek promosi terutama melibatkan Takaful RAHMAH dan Pakej RAHMAH.

Menu RAHMAH sangat bergantung kepada usaha mantan YB Menteri. Bermula dengan baik, tetapi selepas ketiadaan Menteri, Menu RAHMAH kini agak suram. Tiada ikon RAHMAH, semakin tenggelam dan kurang promosi

Sukar membezakan individu atau penerima yang layak dan yang benar memerlukan. Komentar responden mengenai Jualan RAHMAH adalah terdapat peniaga, warga asing mengambil kesempatan membeli barang murah yang sepatutnya diberikan hak kepada golongan yang

susah. Akhirnya berlaku kesesakan dan berebut semasa Jualan RAHMAH berlangsung. Selain itu, item Jualan RAHMAH masih terhad dan terbatas kepada barang keperluan asas makanan. Ada cadangan item keperluan harian lain dimasukkan seperti lampin bayi pakai buang (pampers) dan tuala wanita (sanitasi).

Inisiatif yang kurang popular adalah kerana inisiatif tersebut kurang impak terus yang dirasai oleh rakyat. Pakej-pakej RAHMAH lain tidak mendapat sambutan kerana majoriti tidak terasa keperluan mendesak.

Kekangan penyampaian barang Jualan RAHMAH Bergerak melibatkan kuantiti terhad kerana faktor muka bumi dan jarak, barang jualan tidak mampu di bawa dalam kuantiti yang besar. Faktor logistik aspek penting yang menjadi penghalang penyampaian yang efektif program Payung RAHMAH.

Kerjasama KPDN dengan Kerajaan Negeri dan antara Kementerian yang berkaitan dengan Payung RAHMAH terutama berkaitan harga barang dan kawalan bekalan. memainkan peranan. Bagi negeri yang tidak membuat koordinasi sedikit sebanyak memberikan kesan kepada keberkesanan program Payung RAHMAH.

9.2 Pemberi Manfaat

9.2.1 Inisiatif Jualah RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak

Semua rakan strategik yang ditemui bual dalam kajian ini secara konsensus menyatakan inisiatif Program Payung RAHMAH memberikan impak positif kepada perniagaan mereka di samping dapat menyertai usaha Kerajaan mengurangkan kos sara hidup yang dihadapi rakyat.

Kos logistik dan perkara berkaitan dengan membawa bekalan ke kawasan pedalaman memakan kos bagi pihak mereka. Ada yang mencadangkan agar kos pengangkutan diserap dalam subsidi kerajaan bagi memastikan kelancaran program sampai kepada sasarannya.

Pada perspektif rakan strategik seperti Mydin, NSK dan Family Store merasakan sebahagian pengurusan acara boleh dijimatkan dengan penganjuran skala kecil. Dengan penjimatan berkenaan boleh disalurkan kembali kepada subsidi barang keperluan.

9.2.2 Inisiatif Menu RAHMAH dan Menu Siswa RAHMAH

Majoriti pengusaha kecuali syarikat besar seperti Mydin, Lotus menyatakan mereka sangat terbeban untuk menjual Menu RAHMAH dengan harga RM5 ekoran kenaikan harga barang dan kesukaran mendapatkan bekalan terutama beras dan minyak masak (ketika kajian berlangsung, wujud isu kekurangan bekalan beras putih tempatan).

Bagi Persatuan Sahabat Tomyam, sebahagian besar ahli mereka tidak lagi mampu menyediakan Menu RAHMAH dan melihat cadangan Kad Diskaun Menu RAHMAH

boleh menjadi titik mula yang baik untuk mereka meyakinkan semula ahli mereka bagi menjayakan program ini semula.

Sebahagian besar pengusaha premis makanan mendakwa mereka menghadapi masalah yang melibatkan penguatkuasaan pihak kementerian lain seperti Kementerian Kesihatan Malaysia, Kementerian Sumber Manusia dan Kementerian Dalam Negeri. Mereka mengharapkan KPDN boleh membantu menjadi pihak yang boleh menghubung dengan kementerian berkenaan terutama melibatkan soal pekerja asing.

Menu Siswa RAHMAH pula, sebahagian besar kiosk jualan makanan tidak menyediakan secara konsisten dan berterusan Menu Siswa RAHMAH ini. Kesannya, inisiatif ini tidak mencakupi semua kampus seluruh negara dan penyeliaan terhadap pelaksanaan ini agak longgar dan tidak jelas pada kaca mata pengusaha premis makanan siapa yang mempunyai wewenang kuasa untuk memastikan kejayaan inisiatif.

9.2.3 Inisiatif Bakul RAHMAH

Pihak Yayasan Rahmah yang menyelia pelaksanaan penyampaian Bakul RAHMAH sedikit terjejas selepas ketiadaan mantan Menteri yang menjadi tonggak kepada idea ini.

Bakul RAHMAH sangat terikat dengan bekalan dari rakan strategik. Dengan itu kebiasaannya rakan strategik yang menguruskan pembungkusan dan penyediaan barang sepenuhnya. Elemen pemasaran jenama Payung RAHMAH ataupun Bakul RAHMAH tenggelam pada kotak atau beg berisi barang bantuan kepada rakyat. Oleh itu, penghargaan lebih menjurus kepada syarikat, minima kepada kerajaan.

10.0 CADANGAN

10.1 Membetulkan Salah Faham Program Payung RAHMAH

Membetulkan semula salah faham yang melihat Jualan RAHMAH merupakan CSR syarikat yang terlibat, sedangkan ianya merupakan suntikan subsidi daripada pihak kerajaan.

Usaha mempromosi Program Payung RAHMAH perlu diperhebatkan lagi dalam pelbagai medium. Kerajaan perlu memposisikan ‘spokesperson’ yang kredibel dan mampu untuk memperlihatkan komitmen baik Kerajaan Perpaduan ini di kala “rahmah” begitu dekat di hati rakyat.

10.2 Peruntukan Khas Promosi dan Hebahan

Hebahan dan promosi Jualan RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak memerlukan peruntukan khas untuk Kementerian melakukan ‘media buy’ melibatkan media utama maupun media sosial.

Sebahagian tempat hebahan secara kaedah konvensional seperti bunting dan banner perlu dilakukan.

Malah kerjasama antara KPDN dan KKD terutama melibatkan Jabatan Penerangan sangat wajar diusahakan bagi membantu menyampaikan maklumat dengan lebik efektif dan efisien.

10.3 Menumpukan Kepada Empat Inisiatif Utama

KPDN perlu menumpukan empat inisiatif Program Payung RAHMAH yang utama iaitu Jualan RAHMAH, Jualan RAHMAH Bergerak, Menu RAHMAH dan Bakul RAHMAH.

Ini kerana empat inisiatif ini mendapat maklum balas positif kerana bantuan kerajaan dirasai secara langsung, kekerapan jualan dan tepat kepada objektif mengurangkan kos sara hidup rakyat.

Inisiatif yang bersifat keperluan berkala dan limitasi kepada kumpulan tertentu sahaja kurang dirasai oleh kelompok rakyat terbanyak.

10.4 Strategi Dua Harga dan Kupon

Untuk keberkesanan Jualan RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak, cadangan dua harga diangkat untuk pertimbangan pelaksanaannya. Bagi kumpulan sasar B40 yang telah dikenal pasti secara tepat dan bersasar, kaedah kupon boleh mengatasi masalah kumpulan ini terlepas peluang membeli barang keperluan kerana "perebutan" dengan kumpulan lain.

Saringan sebegini memberikan kelebihan kepada kumpulan sebenar yang ingin dibantu oleh kerajaan mendapatkan barang keperluan dengan harga yang telah disubsidi kerajaan.

Selain itu, ianya boleh mengelakkan subsidi diperoleh kepada segmen yang lain seperti warga asing, peniaga, atau kumpulan yang menyusun strategi membeli secara berpakat.

Bagi kumpulan M40 atau lainnya yang tidak mempunyai kupon, harga patut (fair price) boleh diberikan.

10.5 Kedai Runcit Lokal Sebagai ‘Focal Point’ Jualan RAHMAH Di Pedalaman

Bagi kawasan pedalaman seperti di Sabah dan Sarawak, selain Jualan RAHMAH Bergerak, cadangan menempatkan barang keperluan bersubsidi kerajaan wajar diletakkan di kedai runcit terpilih oleh KPDN sebagai ‘focal point’ Jualan RAHMAH.

Kaedah ini lebih berkesan bagi mengimbangi masalah logistik dan penyampaian ke kawasan luar bandar serta kekangan kumpulan sasar untuk mendapatkan barang keperluan mereka.

Dengan adanya kedai mesra KPDN, mereka tidak terikat dengan masa dan lokaliti Jualan RAHMAH dan Jualan RAHMAH Bergerak dan taburan lebih sekata dan adil untuk rakyat di pedalaman.

10.6 Memposisikan Jenama Program Payung RAHMAH

Aspek pemasaran (marketing) juga wajar diperluaskan seperti beg membeli belah (shopping bag), kotak Bakul RAHMAH, banner dan bunting program dan bahan-bahan ‘merchandise’ lain wajar mengangkat jenama Payung RAHMAH.

Walaupun elemen ini kelihatan kecil, tapi dari sudut pemasaran ia sangat penting untuk mengukuhkan jenama (brand) ke dalam minda rakyat.

Kerajaan wajar mendapat pengiktirafan atas peruntukan besar subsidi dan dana kebajikan untuk rakyat, dalam masa yang sama secara tidak langsung membentulkan persepsi ianya bukan semata-mata program CSR rakan strategik.

10.7 Penyelaras Dengan Kerajaan Negeri dan Kementerian Lain

Kewujudan inisiatif ala Jualan RAHMAH seperti Jualan Ehsan RAHMAH (JER) oleh Kerajaan Negeri Selangor dan Jualan Makmur Johor (JMJ) oleh Kerajaan Negeri Johor memerlukan penyelarasan antara pihak terbabit supaya sumber dapat dioptimumkan.

Bagi menyempurnakan ekosistem Payung RAHMAH, kerjasama dengan Kementerian Pertanian dan Keterjaminan Makanan dalam aspek bekalan amat penting. Selain bekalan, integrasi Jualan RAHMAH boleh digabungkan dengan Jualan MADANI melibatkan barang basah memberikan manfaat besar kepada rakyat.

11.0 KESIMPULAN

Kajian ini telah menjelaskan secara terperinci tentang impak Program Payung RAHMAH selama hampir setahun ini. Banyak sisi positif yang dizahirkan oleh program ini dalam memangkin daya usaha KPDN bagi mengurangkan beban kos sara hidup rakyat. Walaupun masih terdapat beberapa kekurangan, akan tetapi harus dipuji pencapaian yang diperolehi sepanjang program ini dilaksanakan. Masih terlalu banyak kerja buat yang perlu diperbaiki, reka bentuk program yang perlu diperhalusi dan proses “rekonstruksi” wajar dilakukan bagi merealisasikan hasrat murni inisiatif yang sangat bermanfaat ini.

Menuju ke hadapan, diharapkan kajian ini dapat membantu pihak Kementerian untuk merencana semula dan melakukan penambahbaikan terhadap pelaksanaan Program Payung RAHMAH.

LAMPIRAN

SAIZ SAMPEL, KEBOLEHPERCAYAAN DAN RALAT PERSAMPELAN

Required Sample Size										
Population Size	Confidence = 95%				Confidence = 99%					
	Margin of error				Margin of Error					
	5.0%	3.5%	2.5%	1.0%	5.0%	3.5%	2.5%	1.0%		
10	10	10	10	10	10	10	10	10		
20	19	20	20	20	19	20	20	20		
30	28	29	29	30	29	29	30	30		
50	44	47	48	50	47	48	49	50		
75	63	69	72	74	67	71	73	75		
100	80	89	94	99	87	93	96	99		
150	108	126	137	148	122	135	142	149		
200	132	160	177	196	154	174	186	198		
250	152	190	215	244	182	211	229	246		
300	169	217	251	291	207	246	270	295		
400	146	265	318	384	250	309	348	391		
500	217	306	377	475	285	365	421	485		
600	234	340	432	565	315	416	490	579		
700	248	370	481	653	341	462	554	672		
800	260	396	526	739	363	503	615	763		
1,000	278	440	606	906	399	575	727	943		
1,200	291	474	674	1,067	427	636	827	1,119		
1,500	306	515	759	1,297	460	712	959	1,376		
2,000	322	563	869	1,655	498	808	1,141	1,785		
2,500	333	597	952	1,984	524	879	1,288	2,173		
3,500	346	641	1,068	2,565	558	977	1,510	2,890		
5,000	357	678	1,176	3,288	586	1,066	1,734	3,842		
7,500	365	710	1,275	4,211	610	1,147	1,960	5,165		
10,000	370	727	1,332	4,899	622	1,193	2,098	6,239		
25,000	378	760	1,448	6,939	646	1,285	2,399	9,972		
50,000	381	772	1,491	8,056	655	1,318	2,520	12,455		
75,000	382	776	1,506	8,514	658	1,330	2,563	13,583		
100,000	383	778	1,513	8,762	659	1,336	2,585	14,227		
250,000	384	782	1,527	9,248	662	1,347	2,626	15,555		
500,000	384	783	1,532	9,423	663	1,350	2,640	16,055		
1,000,000	384	783	1,534	9,512	663	1,352	2,647	16,317		
2,500,000	384	783	1,536	9,567	663	1,353	2,651	16,478		
10,000,000	384	784	1,536	9,594	663	1,354	2,653	16,560		
100,000,000	384	784	1,537	9,603	663	1,354	2,654	16,584		
300,000,000	384	784	1,537	9,603	663	1,354	2,654	16,586		

- Dalam kajian kuantitatif ini, saiz sampel boleh ditentukan dengan menggunakan prosedur pengiraan yang tertentu iaitu dengan mengambil kira ralat persampelan, aras signifikan dan juga aras keyakinan. Lazimnya kita memilih menggunakan ralat persampelan 5%, (significance level (α)- .05) dengan aras keyakinan (level of confidence) 95%.
- Sebagai penyelidik, bagi menjawab persoalan kepada kajian lapangan ini pihak kami mencadangkan jumlah responden seramai 1,400 orang. Aras signifikan yang biasa ditetapkan dalam penyelidikan Sains Sosial ialah $p<.05$ (nilai alpha α).
- Maka bagi saiz populasi sekitar 1 juta hingga 300 juta memadai sekitar 1534 atau 1537 responden dengan tahap kebolehpercayaan sekitar 95% dan ralat persampelan sekitar 2.5%.
- Bagi mengetahui lebih jelas berkaitan penentuan saiz sampel, kita boleh merujuk kepada jadual penentuan saiz sampel yang telah disediakan seperti jadual Krejcie & Morgan (1970) dan jadual Cohen et al. (2001).