

SAMBUTAN PENGGUNA SABAH TERHADAP PELAKSANAAN GOODS AND SERVICES TAX (GST) DAN TANGGAPAN TERHADAP KESAN KOS KEHIDUPAN

*Mohd. Hamdan bin Adnan
Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan
Universiti Malaysia Sabah
hamdani@ums.edu.my*

Abstrak

Tinjauan sambutan pelaksanaan *Goods and Services Tax* (GST) dalam kalangan pengguna Sabah serta persepsi akibatnya terhadap kualiti kehidupan mereka dibuat bagi mengenal pasti faktor yang mempengaruhi kesannya terhadap mereka yang menanggungnya di Negeri di Bawah Bayu. Kajian ini juga dibuat bagi mengetahui pendapat pengguna berkenaan pelaksanaan GST. Turut dikaji ialah keberkesanan kempen penerangan GST yang dibuat oleh pelbagai pihak yang termasuk media massa. Walaupun kaya dengan sumber semula jadi, Sabah merupakan antara negeri termiskin di Malaysia. Pendapatan penggunanya dianggap terendah, sedangkan kos sara hidupnya lebih tinggi daripada kebanyakan negeri di Malaysia. Bahkan, gaji minimum di Sabah adalah RM800 berbanding sebanyak RM900 di Semenanjung. Begitu juga dengan prasarana komunikasi di negeri ini tidaklah sebaik seperti di Semenanjung Malaysia.

Kata kunci: GST, media massa, kempen penerangan, kepenggunaan, pengguna, sara kehidupan, Sabah.

Pengenalan

Pelaksanaan sistem percukaian GST telah menimbulkan keresahan dan kerisauan dalam kalangan rakyat Malaysia. Masalah ini turut dirasai oleh penduduk Sabah lebih-lebih lagi dengan kos sara hidup yang lebih tinggi berbanding dengan negeri lain di negara ini. Turut menimbulkan masalah ialah saluran komunikasi atau media massa di Sabah yang tidak sebaik di Semenanjung, maka jangkauan dan kesannya tidak sebaik berbanding dengan negeri-negeri lain di Malaysia kecuali Sarawak.

Pelbagai bentuk bantahan dan tuduhan telah dilemparkan kepada Kerajaan Persekutuan. Keresahan dan tentangan orang ramai terhadap pelaksanaan sistem percukaian GST dipercayai berpunca daripada pengalaman dan keyakinan rakyat bahawa harga barangan akan melambung naik ekoran daripada kenaikan cukai. Maka, pengguna di Sabah kian merasakan bahawa mereka akan mengalami keadaan “Bagaikan sudah jatuh ditimpa tangga” apabila GST akan meningkatkan lagi perbelanjaan sara hidup. Kerisauan ini tidak dapat diredakan walaupun banyak kempen penerangan tentang kebaikan GST telah dibuat.

Maka, satu kajian telah dibuat bagi meninjau pandangan persepsi dan sambutan pengguna Sabah tentang sistem percukaian GST. Tinjauan ini telah dibuat selepas sebulan kaedah percukaian GST diperkenalkan, iaitu minggu pertama dan kedua bulan Mei 2014. Seramai 675 pengguna telah ditemu duga di persekitaran Bandaraya Kota Kinabalu untuk mengetahui tahap kesedaran serta kefahaman mereka terhadap pelaksanaan GST di Malaysia dan di Sabah khususnya. Kaedah yang digunakan untuk tinjauan ini ialah survei, iaitu menggunakan borang soal selidik yang ditelaah diuji dengan praujian sebelum tinjauan sebenar dibuat. Analisis telah dibuat dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Packages for Social Sciences.*) Tinjauan ini dijayakan oleh 52 orang pelajar Program Komunikasi, Universiti Malaysia Sabah, yang mengambil kursus Perhubungan Raya Kerajaan yang telah dilatih untuk menjalankan kajian ini.

Secara khususnya kajian sambutan pengguna Sabah terhadap pelaksanaan GST memiliki lima objektif iaitu;

- 1) Mengetahui kefahaman pengguna tentang GST.
- 2) Meninjau pengaruh dan keberkesanan media dalam menyampaikan maklumat GST.
- 3) Mengkaji pelaksanaan kempen GST.
- 4) Mengetahui usaha-usaha kerajaan dalam melaksanakan GST.
- 5) Meninjau penerimaan dan cadangan tentang GST.

Berikut adalah gambaran tentang sistem percukaian GST yang telah dilaksanakan di Malaysia.

GST di Malaysia Secara Umum

Rakyat Malaysia telah mulai membayar Cukai Perkhidmatan dan Barangan atau *Goods and Services Tax* (GST) berkuat kuasa pada 1 April 2015. Selain itu, terdapat 160 buah negara sama ada sedang membangun atau telah maju yang telah melaksanakannya. Di ASEAN, hanya Myanmar dan Brunei yang belum melaksanakan GST. Pengenalan GST di Malaysia bertujuan untuk memperkemas kaedah percukaian di setiap peringkat rantai bekalan, daripada pengeluar kepada pembekal sehingga pengguna akhir di negara ini. Ringkasnya, GST adalah cukai penggunaan yang dikenakan terhadap barangan dan perkhidmatan di semua peringkat perniagaan. Pengguna hanya dicukai apabila berbelanja.

Melalui sistem GST, kutipan cukai menjadi lebih telus. Di Malaysia, cukai sebanyak 6 peratus dikenakan bagi barangan dan perkhidmatan melainkan bagi yang dikecualikan melalui GST. Pada kadar itu, Kerajaan Persekutuan dijangka mengutip sekurang-kurangnya RM30 bilion dalam bentuk cukai setiap tahun. Itu pun setelah mengambil kira banyaknya barangan dan perkhidmatan keperluan asas yang dikecualikan oleh Kerajaan Malaysia.

Kerajaan Malaysia mengambil pendekatan berhati-hati dalam melaksanakan GST agar rakyat tidak terbeban dengan peningkatan kos. Pengguna dikecualikan GST bagi barangan keperluan seperti daging yang tidak diproses, minyak masak dan gula. Juga, GST dikecualikan atas perkhidmatan seperti bekalan elektrik, pendidikan, kesihatan, tol, transaksi kewangan dan insurans nyawa.

Sebelum pelaksanaan GST, pengguna Malaysia telah membayar cukai jualan dan perkhidmatan (SST) yang menjadi sebahagian daripada kos barangan dan perkhidmatan tanpa disedari. Misalnya, pengguna di Malaysia dikenakan cukai sebanyak 6 peratus bagi perkhidmatan tertentu seperti di hotel dan restoran mewah. Minuman berkarbonat dicukai jualan 10 peratus, tetapi lazimnya pengeluar tidak menyatakan cukai itu dalam bil kepada pengguna

akhir. Jika minuman itu dikatakan berharga RM11, harga sebenarnya adalah RM10 ditambah dengan cukai sebanyak RM1. Bagaimanapun, pengguna menyangka mereka membeli minuman berharga RM11 dan bukannya RM10 ditambah dengan cukai RM1.

Malah, kaedah SST boleh mengakibatkan cukai berganda yang mampu dielak melalui GST. Misalnya, apabila membeli minuman berkarbonat di hotel, pengguna bukan sahaja membayar cukai RM1.08, tetapi juga tambahan cukai SST 6 peratus yang dikenakan oleh pihak hotel. Masalah cukai berganda ini ditangani dalam GST kerana cukai yang dibayar pemilik hotel diperolehi semula dalam bentuk kredit cukai input dan tidak mewakili kos kepada hotel. Maka, di bawah sistem SST, harga minuman berkarbonat itu adalah RM14.58.

Di bawah GST pula, harga minuman yang sama adalah RM13.25, iaitu pengurangan sebanyak 9 peratus atau RM1.33. Oleh itu, pengguna perlu sedar bahawa pelaksanaan GST turut memiliki kebaikan. Antaranya ialah kerajaan mampu memperkasakan sistem percukaian negara dan pada masa yang sama menghalang pengelakan cukai.

Namun begitu, masih ramai pengguna di Malaysia yang keliru akan kesan GST dalam kehidupan harian mereka. Ada yang menyangka mereka perlu membayar sekurang-kurangnya 6 peratus daripada kadar yang ditetapkan kerajaan bagi setiap barangan dan perkhidmatan. Cukai dalam apa bentuk sekalipun akan dianggap menjejaskan kesejahteraan pihak yang membayarnya. Apa lagi dengan mereka yang menentang GST. Ada pula yang menyebarkan laporan kurang tepat atau sengaja mengelirukan rakyat bagi tujuan tertentu. Tindakan ini menyebabkan penerimaan sistem percukaian GST kian mencabar dalam kalangan pengguna Sabah. Maka, perlu diadakan penilaian terhadap kempen-kempen GST perlu dibuat bagi membantu penerimaan sistem percukaian baharu tersebut.

Cadangan untuk melaksanakan GST sebenarnya bermula pada zaman Tun Daim Zainuddin yang pada ketika itu memegang portfolio Menteri Kewangan Malaysia. Namun, cadangan itu ditolak oleh Tun Dr Mahathir Mohamad, Perdana Menteri ketika itu. Cadangan pelaksanaan GST ini terus disuarakan oleh Dato' Seri Anwar Ibrahim kerana pada masa tersebut, ekonomi negara sedang meningkat dan bukan merosot seperti tahun 2014 dan 2015.

Sistem percukaian GST telah dibentangkan dalam Bajet 2014 pada 25 Oktober 2013. Pembentangan bajet tersebut mengisytiharkan pemansuhan cukai jualan dan perkhidmatan. Ia akan digantikan dengan cukai barang-barang dan perkhidmatan atau 'Goods and Service Tax' dan kini lebih dikenali sebagai GST. Dalam pembentangan Bajet 2014, Perdana Menteri Malaysia turut menyatakan bahawa dengan pelaksanaan GST kerajaan akan dapat menangani banyak kelemahan dalam sistem percukaian sedia ada seperti cukai dua kali ganda ke atas pengguna dan ketiadaan pelepasan cukai sepenuhnya ke atas barangan yang dieksport dan isu-isu harga pindaan. Kelemahan-kelemahan ini mengakibatkan kerugian kepada kedua-dua pihak iaitu pengguna dan kerajaan.

Menurut Dato' Seri Najib lagi, segala kelemahan ini dapat diatasi dengan pelaksanaan sistem percukaian GST. Dalam pembentangan tersebut, kadar GST yang ditetapkan adalah enam peratus berbanding dengan kadar cukai jualan, iaitu sebanyak 5 hingga 10 peratus dan cukai perkhidmatan pada kadar 6 peratus.

Pelaksanaan GST bagi menggantikan cukai jualan dan cukai perkhidmatan merupakan satu daripada pendekatan jangka panjang kerajaan bagi meningkatkan hasil pendapatan negara. Cukai ini lebih menyeluruh mencakupi hampir kesemua barangan dan perkhidmatan berbanding dengan cukai jualan dan perkhidmatan yang tertakluk kepada paras nilai yang tertentu (*Utusan Malaysia*, 2013). Malah, GST mampu menjadi mekanisme kerajaan dalam membendung masalah defisit negara. Tindakan ini selaras dengan saranan kerajaan yang mahu menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara maju. Justeru, menjadi tanggungjawab kerajaan untuk menambah baik sistem cukai sedia ada dengan menjadikan sistem percukaian mudah, telus dan lebih cekap.

GST juga mampu meningkatkan hasil dan menjana pertumbuhan ekonomi negara. Pelaksanaan GST turut diberitahu mampu mengupayakan kerajaan untuk menurunkan kadar cukai pendapatan, tidak kira bagi individu mahupun korporat. Perkara ini dikatakan mampu membuat Malaysia lebih berdaya saing untuk menarik para pelabur asing supaya menanam modal di dalam negara ini (Hussin, Aefi Alghazali & Normala, 2013).

Menurut Wan Suhaimie Saidie (2013), pula GST perlu disegerakan pelaksanaannya untuk mengekal dan meningkatkan daya saing Malaysia dalam menarik lebih banyak pelaburan, mengekalkan kemapanan pertumbuhan ekonomi serta mewujudkan pekerjaan berpendapatan tinggi. Menurut Wan Suhaimie lagi, negara seperti Australia dan Singapura boleh dijadikan perbandingan dalam pelaksanaan GST. Hal ini disebabkan mereka memiliki ciri geografi, demografi, budaya dan sistem perundangan yang hampir sama dengan Malaysia. Di Australia, pendapatan per kapita rakyatnya telah meningkat lebih tiga kali ganda kepada AS\$67,000 berbanding hanya kira-kira AS\$20,000 semasa memulakan GST pada 2000. Pendapatan per kapita di Singapura pula telah melonjak kepada AS\$51,000 sekarang daripada AS\$18,000 semasa mula melaksanakan cukai itu. Justeru, rakyat Malaysia akan mendapat hasil dalam bentuk nilai wang serta peningkatan taraf hidup yang lebih selesa melalui pelbagai bentuk pembangunan yang bakal dilaksanakan oleh kerajaan seperti penyediaan infrastruktur kemasyarakatan yang lengkap (*Berita Harian*, 2014)

Kempen Penerangan GST

Diakui pengenalan sebarang cukai, termasuk GST bukanlah satu langkah yang disukai rakyat di mana sahaja. Maka, pelbagai kaedah diperkenalkan oleh mana-mana kerajaan di dunia bagi mengurangkan beban dan persepsi negatif tentang percukaian. Dalam keadaan ekstrem, tindakan memperkenalkan cukai baharu atau menaikkan kadar cukai yang sedia ada pasti mencetuskan rusuhan dan dalam suasana tertentu mampu menjatuhkan kerajaan.

Di Malaysia, seperti yang telah disebut cadangan untuk melaksanakan GST ini sudah lama dibuat. Ia tidak dibuat kerana kerajaan kurang yakin dan tidak pasti akan reaksi pembayar cukai dan pengguna terhadapnya. Yang pasti adalah kerajaan tidak akan memperkenalkan GST atau apa jua cukai jika ia tidak menambah hasil pendapatan perbendaharaan negara.

Kempen menerangkan sistem percukaian GST dan kebaikannya berbanding dengan SST dikatakan bermula 17 bulan sebelum ia dilaksanakan. Persediaan yang dibuat termasuk mengadakan sesi penerangan kepada pengusaha dan juga pengguna di seluruh negara. Malah, agensi-agensi kerajaan yang terlibat telah mengadakan sesi dialog, kursus dan forum bagi

memastikan pihak yang terlibat memahami sistem cukai yang telah diamalkan di lebih 160 negara. Kempen ini dibuat melalui media massa dan sosial. Dilaporkan bahawa kerajaan telah menggunakan RM365 juta bagi memaju atau mempromosikan pelaksanaan GST walaupun penguatkuasaannya bermula pada 1 April 2015. Perbelanjaan ini termasuk bagi program penerangan kepada murid sekolah dan pelajar institut pengajian tinggi (IPT) serta penduduk luar bandar.

Diterangkan dalam kempen GST termasuk struktur dan mekanismenya. Juga diterangkan ialah cara pelaksanaan GST kepada pengguna. Agensi-agensi kerajaan yang terlibat seperti Kastam Diraja Malaysia dan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) turut menjalankan tugas mereka, bukan sahaja serentak pada hari pelaksanaan, tetapi telah bermula lebih awal daripada tarikh tersebut. Misalnya, Statistik Ops Catut dapat dilihat setiap hari di media elektronik dan media alternatif berdasarkan aduan yang diterima oleh agensi yang berkenaan.

Malah, banyak papan tanda menerangkan faedah GST telah dipasang di tempat-tempat yang strategik. Malangnya, segala fakta dan penjelasan oleh Kerajaan Pusat telah dimanipulasi oleh parti politik pembangkang sebelum pelaksanaannya lagi. Misalnya, parti pembangkang tidak pernah menyatakan kepada masyarakat di sekeliling mereka tentang warta yang dikeluarkan oleh kerajaan yang menyenaraikan jenis barangan dan perkhidmatan yang tidak dikenakan GST. Memburukkan keadaan ialah kempen-kempen kesedaran yang dibuat untuk menerangkan pelaksanaan GST kepada pengguna di Sabah kurang dinilai daripada keberkesanannya. Tanpanya, sangat sukar untuk mengubah kempen GST yang mampu mempengaruhi penerimaan pengguna Sabah terhadap sistem percukaian baharu yang dikatakan lebih membantu, bukan sahaja kepada negara tetapi juga kepada pengguna.

Diakui bahawa pengenalan sesuatu cukai baharu bukanlah langkah yang disukai oleh pembayar cukai di mana sahaja. Hal ini disebabkan cukai dalam apa bentuk sekalipun dianggap menjejaskan kesejahteraan pembayar cukai. Apatah lagi apabila isu percukaian ini dimanipulasikan oleh pihak pembangkang, sama ada oleh parti-parti politik atau badan-badan bukan kerajaan.

Namun begitu, sama ada suka ataupun tidak kerajaan perlu memperkenalkan cukai baharu dari semasa ke semasa untuk mengimbangi perbelanjaan negara. Maka, Kerajaan Malaysia, sewaktu memperkenalkan sistem percukaian GST telah berhati-hati agar rakyat tidak terbeban dengan peningkatan sara hidup, sebaliknya lebih memahami akan sistem percukaian baharu ini dan bersedia menerimanya.

Langkah pertama yang diambil adalah mengadakan kempen penerangan GST. Pelbagai saluran media dan kaedah telah diguna untuk tujuan itu. Sungguhpun begitu, rintihan dan bantahan terhadap sistem percukaian GST terus terdengar di sana sini. Kenapa terjadi sedemikian? Bukankah kerajaan telah mengadakan pelbagai kempen tentang GST? Apakah reaksi penduduk di Sabah? Apakah kesannya kepada mereka? Untuk menjawab soalan-soalan itu, pengkaji bersama 52 orang pelajar Perhubungan Raya Kerajaan, Program Komunikasi, Universiti Malaysia Sabah telah menjalankan suatu kajian pada minggu pertama dan kedua bulan Mei 2014. Tumpuan diberikan dalam usaha mendapatkan jawapan kepada soalan-soalan berikut:

- 1) Apakah usaha-usaha kerajaan dalam melaksanakan GST?
- 2) Bagaimanakah kempen GST dilaksanakan oleh kerajaan?
- 3) Bagaimanakah kefahaman pengguna tentang GST?
- 4) Bagaimanakah pengaruh dan keberkesanan media dalam menyampaikan maklumat GST kepada pengguna?
- 5) Apakah penerimaan dan cadangan tentang GST?

Kajian yang telah dibuat adalah menggunakan kaedah kuantitatif. Pengkaji mengumpul data dengan menggunakan borang soal selidik. Soalan yang telah ditetapkan di dalam borang soal selidik merangkumi 5 bahagian. Bahagian Pendahuluan merangkumi demografi responden berkaitan dengan umur, jantina, kaum serta pendapatan bulanan. Bahagian A adalah tentang kefahaman terhadap cukai GST. Bahagian B pula berkaitan dengan pengaruh

atau keberkesanan media. Bahagian C mengenai pelaksanaan kempen cukai GST, Bahagian D pula bertanyakan soalan tentang usaha pihak kerajaan dalam pelaksanaan cukai GST dan pada Bahagian Akhir iaitu Bahagian E menanyakan tentang penerimaan dan cadangan para responden daripada soal selidik mengenai cukai GST.

Bagi memastikan kajian ini sempurna dan menyeluruh, seramai 675 orang responden telah dipilih daripada semua peringkat masyarakat Sabah, khususnya di sekitar kawasan Kota Kinabalu. Responden dibahagikan kepada lima kumpulan ahli masyarakat yang berbeza penduduk bandar, penduduk luar bandar, pelajar (IPT dan pelajar sekolah menengah), pekerja swasta, dan pekerja kerajaan. Sebanyak 135 responden telah dipilih bagi setiap kumpulan. Data yang dikutip dianalisis menggunakan SPSS, dengan kaedah frekuensi dan dengan kaedah *cross-tabulation*. Berdasarkan fungsi *cross-tabulation*, hubungan antara penerimaan GST dengan kumpulan-kumpulan rakyat tertentu akan dilihat dan diulaskan. Selepas itu, perbincangan secara menyeluruh sama ada GST diterima atau tidak telah diajukan.

Kefahaman dan Penerimaan GST dalam Kalangan Pengguna Sabah

Hasil tinjauan ini menunjukkan hampir setengah daripada responden iaitu 49.2 peratus responden (332 orang) memahami GST sebagai Cukai Barangan dan Perkhidmatan. 32.6 peratus responden (220 orang) pula menyatakan GST sebagai Cukai Perkhidmatan. Seramai 7.6 peratus responden (51 orang) menganggap GST sebagai Cukai Barangan. Baki responden iaitu seramai 5.3 peratus (36 orang) menyangkakan bahawa GST adalah Cukai Pendapatan dan Cukai Kerajaan. Jelas bahawa 50.8 peratus daripada responden atau lebih setengah yang ditanya mengenai sistem GST masih belum jelas mengenainya atau terus keliru dan menolaknya. Pihak pembangkang pula terus berkempen menafikannya. Maka, situasi ini menunjukkan kempen penerangan GST harus diteruskan, bukan sahaja ke tahap kefahaman tetapi sehingga kadar penerimaan pengguna terhadapnya meningkat.

Analisis tinjauan ini turut memperlihatkan bahawa 48.9 peratus responden (330 orang) memahami GST dengan jelas. Seramai 30.7 peratus responden (207 orang) menyatakan 'Tidak Pasti'. Baki responden, iaitu 20.4 peratus responden mengakui (138 orang) tidak memahami tentang GST.

Dikatakan bahawa lebih separuh daripada responden iaitu 53.8 peratus (363 orang) menyatakan GST sebagai sangat membebankan. Seterusnya, 37.8 peratus atau 255 orang menganggap GST pada tahap sederhana membebankan, sejumlah 5.9 peratus atau 40 orang menyatakan GST tidak membebankan mereka. Bakinya, seramai 2.5 peratus (17 orang) pula tidak pasti sama ada GST membebankan atau menguntungkan.

Daripada sokongan terhadap GST, majoriti responden iaitu 86.1 peratus responden (581 orang) tidak menyokong pelaksanaan GST, manakala hanya 13.7 peratus responden (94 orang) sahaja yang menyokong pelaksanaan GST. Bagaimanapun, mengapa mereka menyokong atau menolak tidak pula disuarakan secara terperinci.

Dari segi kebaikan GST, seramai 47.4 peratus responden (320 orang) menyatakan bahawa GST bukanlah sistem percukaian yang lebih baik berbanding dengan sistem cukai sebelumnya. Sebanyak 36.4 peratus (246 orang) pula menyatakan tidak pasti. Hanya sejumlah kecil iaitu 16.1 peratus responden (109 orang) yang menyatakan bahawa GST adalah cukai yang paling baik.

Sumber dan Saluran Dominan GST Bagi Pengguna Sabah

Penemuan tinjauan GST ini mendapati bahawa seramai 45.9 peratus responden (310 orang) mengakui mereka sedar tentang kempen-kempen GST yang telah dilaksanakan oleh kerajaan. Responden yang menyatakan tidak dan kurang pasti, masing-masing berjumlah 34.4 peratus responden (232 orang) dan 133 orang (19.7 peratus). Hasil penemuan ini menunjukkan bahawa kerajaan perlu meningkatkan kempen-kempen GST bagi memastikan kefahaman dan penerimaannya yang tinggi serta membidas usaha pengeliruan di pihak pembangkang.

Penemuan tinjauan ini turut menunjukkan bahawa seramai 74.2 peratus responden (501 orang) di Sabah menyatakan bahawa sumber maklumat mereka tentang GST adalah media. Selebihnya memilih kempen, kawan-kawan dan lain-lain dengan masing-masing pada kadar 13.2 peratus (89 orang), 10.2 peratus (69 orang) dan 2.4 peratus (16 orang).

Maka, kajian ini mendedahkan bahawa responden di Sabah paling banyak memilih media sebagai saluran mendapatkan maklumat tentang GST, iaitu sebanyak 66.8 peratus responden (451 orang). Kempen pula pada berada kadar 17.9 peratus (121 orang) dan menerusi kawan 12.9 peratus iaitu 87 orang. Hanya 2.4 peratus (16 orang) menyatakan lain-lain sumber. Namun begitu, saluran sumber-sumber lain tersebut tidak dinyatakan. Penemuan ini turut memaklumkan bahawa sebaik-baiknya kempen-kempen GST melibatkan media dan penggunaannya selaku saluran penerangan GST.

Malah, dari sudut saluran informasi atau media yang paling digunakan oleh pengguna di Sabah untuk mendapatkan maklumat dan penerangan mengenai GST menunjukkan bahawa televisyen paling dominan digunakan untuk mendapatkan maklumat tentang GST iaitu pada kadar 46.4 peratus responden (313 orang). Kemudian, diikuti Facebook 31.6 peratus (213 orang), surat khabar bercetak 11.7 peratus (79 orang), radio 8 peratus (54 orang), risalah bercetak 0.7 peratus (5 orang) dan papan iklan 0.6 peratus (4 orang). Brosur cetak, blog dan e-mel masing-masing berada pada kadar 0.1 peratus sahaja.

Penemuan tinjauan ini turut menunjukkan bahawa sebanyak 47.1 peratus (318 orang) menyatakan kekerapan mereka melihat iklan atau maklumat GST adalah setiap hari, 1 hingga 3 kali seminggu mencatatkan 31.6 peratus (213 orang) dan 20.3 peratus (137 orang) menyatakan jarang. Hanya 1 peratus (7 orang) mengakui tidak pernah melihat iklan atau maklumat GST di media.

Tinjauan ini juga mendapati bahawa seramai 41.9 peratus responden (283 orang) menyuarakan bahawa mereka memahami mesej GST yang disampaikan oleh media. Seramai 31 peratus responden (209 orang) menyatakan tidak memahami. Bakinya, seramai 27.1 peratus responden (183 orang) mengakui tidak pasti dalam memahami mesej yang disampaikan.

Juga, tinjauan ini menunjukkan bahawa majoriti responden menyatakan 'tidak' berkenaan galakan penerimaan GST hasil penyampaian maklumat GST, iaitu 44.4 peratus responden (300 orang) dan seramai 30.5 peratus responden (206 orang) pula menyatakan kurang pasti. Hanya 25 peratus responden (169 orang) yang memperakui tentang galakan penerimaan GST.

Hasil tinjauan penerimaan GST di Sabah ini turut menunjukkan bahawa seramai 59.4 peratus responden (401 orang) menyatakan penggunaan ikon tidak memberi pengaruh terhadap mesej yang mahu disampaikan berkenaan GST. Sebaliknya, seramai 21.2 peratus responden (143 orang) memperakui pengaruh penggunaan ikon terhadap penerimaan GST. Hanya 19.4 peratus (131 orang) menyatakan tidak pasti.

Seterusnya, tinjauan GST ini menggambarkan bahawa sejumlah besar responden, iaitu 41.9 peratus responden (283 orang) menyatakan kurang pasti terhadap persoalan "adakah kempen-kempen GST membantu mendapatkan maklumat yang tepat dan jelas". Seramai 37.5 peratus responden (253 orang) telah menolak kenyataan tersebut. Baki 20.9 peratus responden (139 orang) pula memperakuiinya.

Seterusnya, seramai 34.8 peratus responden (235 orang) menyatakan kesan sederhana bagi persoalan 'Sejauhmanakah kempen GST mampu mempengaruhi penerimaan masyarakat.' Seramai 34.8 peratus responden (235 orang) menafikan kenyataan tersebut, manakala 21.2 peratus responden (143 orang) menyatakan kurang pasti. Hanya 13.9 peratus atau 94 orang memperakuiinya.

Tinjauan reaksi terhadap GST ini turut menunjukkan kesan sederhana bagi 37.6 peratus responden (254 orang) yang merasakannya terhadap soalan 'apakah kesan kempen secara menyeluruh kepada masyarakat tentang GST'. Responden yang menyatakan kurang pasti kepada kesan menyeluruh GST terhadap masyarakat adalah 23.4 peratus (158 orang). Sementara responden yang menyatakan berkesan adalah seramai 21.2 peratus (143 orang). Hanya 17.8 peratus (120 orang) menafikan kesan kempen secara menyeluruh kepada masyarakat.

Seterusnya, tinjauan GST ini menunjukkan bahawa seramai 38.8 peratus (262 orang) responden tidak pasti tentang penerapan kandungan yang tidak relevan dalam kempen GST. Seramai 35 peratus responden (236 orang) pula menafikan dengan menyatakan 'tidak.' Bakinya, seramai 26.2 peratus responden (177 orang) sahaja yang memperakui tentang penerapan kandungan yang kurang relevan dalam kempen GST.

Penemuan tinjauan ini turut menunjukkan bahawa majoriti responden, iaitu 52.3 peratus (353 orang) menolak kejayaan kempen-kempen GST dalam mencapai matlamatnya. Seramai 36.3 peratus responden (245 orang) pula menyatakan 'tidak pasti.' Hanya seramai 11.4 peratus responden (77 orang) yang memperakui kejayaan kempen GST.

Dari segi kadar pemberian maklumat yang diberikan oleh kerajaan tentang GST, seramai 64.3 peratus (434 responden) merasakan bahawa informasi tentang pelaksanaan GST masih tidak mencukupi. Seramai 20.7 peratus (140 orang) menyatakan kurang pasti. Hanya 15 peratus responden (101 orang) yang berpendapat maklumat yang diberikan berkenaan pelaksanaan GST adalah mencukupi.

Dari segi keberkesanan kerajaan dalam membanteras peniaga yang mengambil kesempatan dalam pelaksanaan GST dari segi harga, tinjauan ini mendapati bahawa sebilangan besar, iaitu seramai 61.8 peratus menolaknya. Seramai 21 peratus responden (142 orang) memperakui keberkesanan kerajaan dalam mengawal peniaga. Bakinya, 17.2 peratus responden atau 116 orang menyatakan 'kurang pasti.'

Dengan alasan ini, seramai 63 peratus responden (425 orang) tidak setuju pelaksanaan GST di negara ini, manakala 20.3 peratus responden 137 orang bersetuju. Seramai 16.7 peratus responden (113 orang) mengakui 'kurang pasti.'

Reaksi terhadap kenyataan bahawa GST mampu melahirkan pengguna yang lebih bijak menunjukkan seramai 41.8 peratus responden (282 orang) memperakukannya. 40.6 peratus (274 orang) pula menyatakan GST tidak mempengaruhi mereka untuk bertindak lebih bijak dalam berbelanja. Hanya

17.6 peratus (119 orang) menyatakan ‘tidak pasti.’ Kelihatan bahawa persepsi pengguna terhadap GST bukan semuanya negatif. Maka, kerajaan harus melestarikan kempen GST supaya penerimaannya boleh menjadi lebih positif.

Pula, seramai 55.4 peratus responden (374 orang) mengakui bahawa pelaksanaan GST mampu menjadikan pengguna lebih berhemah. 29 peratus responden (196 orang) pul menafikannya. Hanya 15.6 peratus responden (105 orang) yang menyatakan ‘tidak pasti’ justeru, pihak kerajaan seharusnya peka memandangkan lebih daripada 50 peratus responden merasakan mereka boleh menjadi pengguna lebih berhemah melalui pelaksanaan GST. Pengguna mengandaikan hampir semua barang dan perkhidmatan akan meningkat harganya, maka pengguna sanggup berbelanja dengan lebih berhemah untuk menjamin standard kehidupan yang berkualiti dan lestari.

Tinjauan GST ini turut menunjukkan bahawa sebilangan besar responden, iaitu 59 peratus responden (398 orang) menyatakan pelaksanaan GST tidak menjadikan mereka berhutang. Seramai 25.9 peratus responden (175 orang) pula merasakan bahawa mereka mungkin terpaksa berhutang dengan pelaksanaan GST. Bakinya, seramai 15.1 peratus responden (102 orang) menyatakan ‘tidak pasti’ sama ada mereka perlu berhutang atau tidak.

Dari sudut politik, sebilangan besar responden, iaitu seramai 54.8 peratus responden (370 orang) merasakan bahawa sokongan di pihak akan meningkat ekoran daripada pelaksanaan GST. Seramai 21.1 peratus responden pula (211 orang) memberi respons ‘tidak pasti.’ Hanya 13.9 peratus responden (94 orang) yang menafikannya.

Perkaitan Signifikan antara Faktor Kategori Pengguna

Dapatan kajian menunjukkan adanya perkaitan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dan tahap bantuan yang diberikan oleh kempen-kempen GST dalam mendapatkan maklumat yang tepat dan jelas. Berbanding dengan kategori-kategori bidang dan tempat subjek kajian berada yang lain iaitu pelajar (15.6 peratus), swasta (20.0 peratus) dan kategori kerajaan (18.5 peratus), kategori subjek kajian yang dari luar bandar (24.4 peratus) dan bandar (24.4 peratus) adalah lebih bersetuju secara signifikan bahawa

kempen-kempen GST membantu mereka untuk mendapatkan maklumat yang tepat dan jelas.

Dapatan tinjauan juga menunjukkan wujud perkaitan kuat di antara faktor kategori pengguna kajian dengan tahap penerimaan pelaksanaan GST di Malaysia. Analisis penemuan mendedahkan bahawa responden luar bandar atau desa paling menerima pelaksanaan sistem percukaian cukai dengan 87.4 peratus responden memperakunya. Hal ini berbeza dengan kategori pelajar (21.5 peratus), kategori swasta (15.6 peratus), kategori kerajaan (10.4 peratus) dan kategori bandar (14.8 peratus). Sebaliknya, didapati kategori kerajaan adalah yang paling rendah menerima pelaksanaan sistem percukaian GST dengan hanya 10.4 peratus respondennya bersetuju tentang pelaksanaannya.

Penemuan tinjauan terhadap reaksi pengguna Sabah kepada pelaksanaan GST menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan antara faktor kategori subjek kajian dan tahap kesedaran mereka berkenaan kempen-kempen GST. Jika dibandingkan dengan kategori pelajar (31.1 peratus), kategori swasta (40.7 peratus), kategori luar bandar (30.4 peratus) dan kategori bandar (57.0 peratus), para pegawai kerajaan merupakan kategori yang memiliki kesedaran yang paling tinggi terhadap kempen-kempen GST iaitu sebanyak 70.4 peratus, manakala berbanding dengan kategori-kategori yang lain (pelajar: 43.7 peratus; swasta, 42.2; kerajaan: 20.0 peratus; bandar: 18.5 peratus). Responden luar bandar, itu seramai 47.4 peratus responden adalah kategori yang paling kurang mengetahui tentang kempen-kempen penerangan GST. Perkara ini telah dijangka kerana prasarana media adalah tidak begitu baik di kawasan luar bandar Sabah.

Penemuan kajian juga menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan di antara faktor kategori pengguna kajian dengan pandangan mereka terhadap kerelevanan kandungan yang diterapkan dalam kempen GST. Berbanding dengan kategori-kategori yang lain (pelajar: 18.5 peratus; swasta: 25.9 peratus; luar bandar: 26.7 peratus dan bandar: 14.1 peratus responden), para kakitangan kerajaan merupakan kategori pengguna paling ramai yang berpendapat bahawa kandungan yang diterapkan dalam kempen GST adalah tidak relevan, iaitu sebanyak 45.9 peratus respondennya. Andaiannya adalah kakitangan kerajaan

sepatutnya lebih mengetahui tentang sistem percukaian GST dan sebab itu mereka harus lebih tahu terhadap apa yang relevan dan sebaliknya.

Seterusnya, dapatan kajian menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan di antara faktor kategori subjek kajian dengan kecukupan maklumat yang diberikan oleh kerajaan tentang pelaksanaan GST. Berbanding dengan kategori-kategori yang lain (pelajar: 63.7 peratus; swasta: 71.1 peratus; luar bandar: 55.6 peratus dan bandar: 45.9 peratus), kategori subjek kajian yang terdiri daripada pekerja kerajaan atau pegawai awam adalah kategori yang majoriti berpendapat bahawa maklumat yang diberikan oleh kerajaan tentang pelaksanaan GST adalah tidak cukup iaitu sebanyak 85.2 peratus.

Hasil tinjauan juga menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan antara faktor kategori subjek kajian dan sokongan mereka kepada pelaksanaan GST. Berbanding dengan kategori-kategori yang lain (pelajar: 80.0 peratus; swasta: 85.9 peratus; luar bandar: 89.6 peratus dan bandar: 82.2 peratus) kategori kerajaan, iaitu 92.6 peratus respondennya adalah kategori majoriti yang menyatakan tidak menyokong pelaksanaan GST. Ia merupakan suatu penemuan yang menghairankan kerana logiknya merekalah yang sepatutnya lebih mengetahui tentang GST dan lebih terdedah kepada kempen penerangannya. Pihak berkenaan harus meneliti sebab perkara ini berlaku dan mencari kaedah terbaik bagi mendapatkan sokongan.

Hasil tinjauan turut menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan antara faktor kategori subjek kajian dan pemahaman mereka terhadap mesej yang disampaikan melalui media. Berbanding dengan kategori-kategori yang lain (luar bandar: 33.3 peratus; pelajar: 37.0 peratus; swasta: 42.2 peratus; kategori kerajaan (43.0 peratus) dan bandar: 54.1 peratus), dalam soalan ini kategori majoriti yang menyatakan mereka faham terhadap mesej tentang GST yang disampaikan melalui media adalah responden bandar. Fenomena ini mungkin berlaku memandangkan responden bandar lebih terdedah kepada prasarana komunikasi.

Seterusnya, analisis tinjauan mendedahkan adanya perkaitan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dan pendapat mereka, sama ada pelaksanaan GST akan menjadikan pengguna lebih bijak semasa berbelanja. Berbanding dengan kategori pelajar (31.9 peratus), swasta (30.4

peratus), kerajaan (42.2 peratus) dan luar bandar (39.3 peratus), kategori bandar (65.2 peratus) cenderung menyatakan pelaksanaan GST akan menjadikan mereka sebagai pengguna yang lebih bijak berbelanja.

Hasil kajian menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dan pelaksanaan GST memaksa mereka menjadi pengguna yang lebih berhemah. Kekerapan menunjukkan bahawa majoriti responden kajian bersetuju bahawa pelaksanaan GST akan merangsangkan mereka untuk menjadi pengguna yang lebih berhemah. Kategori responden kerajaan, iaitu sebanyak 77.0 peratus adalah kumpulan yang sangat setuju terhadap pernyataan tersebut berbanding dengan kategori yang lain (pelajar: 54.1 peratus; swasta: 42.2 peratus; luar bandar: 39.3 peratus dan bandar: 64.4 peratus).

Penemuan tinjauan menggambarkan adanya perkaitan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dan pelaksanaan GST memaksa mereka menjadi pengguna yang lebih berhemah. Frekuensi menunjukkan bahawa majoriti responden bersetuju bahawa pelaksanaan GST akan memaksa mereka menjadi pengguna yang lebih berhemah. Dalam hal ini responden kerajaan, iaitu seramai 77.0 peratus adalah juga kumpulan yang sangat setuju terhadap pernyataan tersebut, berbanding dengan kategori pengguna yang lain (pelajar: 54.1 peratus; swasta: 42.2 peratus; luar bandar: 39.3 peratus dan bandar: 64.4 peratus).

Selain itu, penemuan tinjauan turut menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dengan pandangan mereka tentang sistem percukaian GST adalah lebih baik daripada sistem percukaian sebelumnya. Ujian frekuensi menunjukkan bahawa sebilangan besar responden kajian berpendapat bahawa sistem percukaian GST tidak lebih baik daripada sistem percukaian sebelumnya.

Didapati bahawa kategori kerajaan (60.0 peratus) adalah paling cenderung beranggapan yang sistem percukaian GST tidak lebih baik daripada sistem percukaian sebelumnya berbanding dengan kategori yang lain seperti pelajar (54.8 peratus), swasta (52.6 peratus), bandar (40.0 peratus) dan luar bandar (29.6 peratus). Dapatan ini jelas menunjukkan bahawa masalah

penerimaan GST adalah daripada kakitangan kerajaan di Sabah sendiri. Mereka ini pula sangat berpengaruh dalam usaha meningkatkan penerimaan pelaksanaan sistem percukaian GST. Maka, pihak berkuasa berkenaan harus mempergiatkan pendidikan dan kempen penerangan tentang GST terhadap kakitangan kerajaan di Sabah.

Seterusnya, penemuan tinjauan mendedahkan bahawa wujud perkaitan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dan pandangan mereka terhadap sama ada pihak pembangkang akan dapat lebih sokongan kerana pelaksanaan GST di Sabah. Ujian frekuensi menunjukkan bahawa majoriti subjek kajian berpendapat pelaksanaan GST akan menyebabkan pihak pembangkang mendapatkan sokongan yang lebih. Di sini juga didapati bahawa kumpulan kerajaan, iaitu 83.7 peratus respondennya adalah yang paling bersetuju dengan kenyataan tersebut berbanding dengan kategori yang lain seperti pelajar (41.5 peratus), swasta (58.5 peratus), luar bandar (52.6 peratus) dan bandar (37.8 peratus).

Penemuan tinjauan sambutan GST di Sabah mendapati wujud hubungan yang kuat di antara faktor kategori pengguna kajian dengan pemahaman mereka terhadap GST. Ujian frekuensi menunjukkan bahawa sebilangan besar responden kajian sedar apa itu GST walaupun kurang memahami tentang implikasinya terhadap diri mereka sebagai pengguna dan kepentingan negara. Dalam hal ini, kumpulan pengguna bandar, iaitu 64.4 peratus respondennya adalah yang paling ramai mengakui bahawa mereka memahami apa itu GST berbanding dengan kategori yang lain seperti pelajar (48.1 peratus), swasta (41.5 peratus), kerajaan (45.2 peratus) dan luar bandar (45.2 peratus).

Tinjauan juga mendapati wujud perkaitan yang signifikan antara faktor kategori pengguna kajian dengan pandangan mereka terhadap keberkesanan kempen-kempen GST dalam memastikan matlamatnya tercapai. Ujian frekuensi mendedahkan bahawa majoriti responden kajian berpendapat bahawa kempen-kempen GST tidak berjaya atau kurang berkesan dalam mencapai objektifnya. Didapati kumpulan kerajaan, iaitu 63.0 peratus respondennya lebih berpendapat bahawa kempen-kempen GST tidak berjaya dalam mencapai matlamatnya berbanding dengan kategori lain (swasta: 60.7 peratus; luar bandar: 46.7 peratus; pelajar: 45.9 peratus dan bandar: 45.2 peratus).

Seterusnya, analisis penemuan tinjauan sambutan GST di Sabah turut menunjukkan terdapat hubung kait yang ketara antara faktor kategori pengguna kajian dan tahap beban perbelanjaan atau sara hidup yang diakibatkan oleh GST. Ujian frekuensi membuktikan bahawa majoriti responden kajian menyatakan GST sangat membebankan mereka. Dalam isu ini, kategori kerajaan (60 peratus) adalah golongan yang cukup menentang iaitu menyatakan GST sangat membebankan, berbanding dengan kategori yang lain seperti pelajar (57 peratus), swasta (57.3 peratus), luar bandar (51.1 peratus) dan bandar (44.4 peratus).

Selain itu, wujud perkaitan yang signifikan antara faktor kategori subjek kajian dengan pandangan terhadap tahap keberkesanan kerajaan dalam membanteras peniaga yang mengambil kesempatan dalam pelaksanaan harga selepas GST. Ujian frekuensi menunjukkan bahawa majoriti subjek kajian berpendapat bahawa kerajaan tidak berkesan dalam membanteras peniaga yang mengambil kesempatan dalam pelaksanaan harga selepas GST. Kumpulan kategori swasta (84.4 peratus) merupakan kategori yang paling cenderung berpendapat bahawa usaha kerajaan tidak berkesan dalam membanteras peniaga yang mengambil kesempatan dalam mengawal harga selepas GST berbanding dengan kategori yang lain seperti pelajar (59.3 peratus), kerajaan (82.2 peratus), luar bandar (28.9 peratus) dan bandar (54.1 peratus). Reaksi kenyataan tersebut adalah cukup jelas bahawa responden swasta, iaitu seramai 84.4 peratus respondennya dan kumpulan kerajaan, iaitu seramai 82.2 peratus respondennya adalah yang paling kurang keyakinan terhadap keupayaan kerajaan untuk mengawal harga selepas GST dikenakan.

Penemuan kajian juga menggambarkan wujud pertalian yang kukuh di antara faktor kategori pengguna kajian dengan persepsi mereka terhadap, sama ada maklumat yang disampaikan tentang GST akan menggalakkan penerimaan terhadap GST. Ujian frekuensi menunjukkan bahawa sebilangan besar responden kajian berpendapat maklumat yang diberikan tentang GST gagal menggalakkan penerimaan rakyat terhadap GST. Dalam isu ini, kategori pelajar, iaitu 59.3 peratus respondennya adalah kumpulan paling ramai yang berpendapat bahawa maklumat yang disampaikan tentang GST kurang mampu menggalakkan penerimaan terhadap GST dalam kalangan pengguna Sabah berbanding dengan kategori yang lain seperti kerajaan (53.3 peratus), swasta

(44.4 peratus), bandar (40.7 peratus) dan luar bandar (24.4 peratus). Di sini juga didapati bahawa lebih separuh daripada responden kerajaan turut tidak yakin yang maklumat disiarkan oleh pihak berkuasa tentang GST mampu meningkatkan penerimaannya dalam kalangan pengguna Sabah.

Perbincangan

Berdasarkan analisis kajian, didapati bahawa sebilangan besar responden mengetahui bahawa GST adalah cukai yang dikenakan terhadap barangan dan perkhidmatan. Namun begitu, masih juga wujud sebilangan besar pengguna Sabah yang tidak tahu atau kurang faham berkenaan matlamat dan motif sebenar GST dilaksanakan. Hasil kajian mendedahkan bahawa kakitangan kerajaan secara umum lebih bersifat negatif terhadap GST. Hal ini mungkin disebabkan pelaksanaan sistem cukai ini masih baharu atau maklumat yang disebarkan mengenainya masih kurang jelas di mata pengguna Sabah.

Berhubung kefahaman pengguna Sabah tentang mekanisme GST pula, adalah jelas bahawa masih ramai dalam kalangan mereka kurang pasti ataupun tidak faham akan pelaksanaan sistem ini. Perkara ini berlaku mungkin kerana sama ada pengguna itu sendiri tidak berminat untuk mengetahui dan memahaminya ataupun penjelasan daripada pihak kerajaan sukar untuk difahami oleh masyarakat. Walaupun pihak kerajaan telah menggunakan pelbagai saluran dan medium komunikasi untuk memperkenalkan sistem GST, keadaan persekitaran tetap menjadi salah satu faktor penghalang untuk masyarakat mendapatkan lebih banyak maklumat mengenainya.

Bagaimanapun, didapati bahawa penggunaan alat sebaran am, sama ada saluran elektronik atau cetak mahupun media sosial amat membantu dalam penyebaran luas maklumat tentang pelaksanaan sistem GST ini kepada berbagai-bagai kategori masyarakat di seluruh negara termasuk di negeri Sabah. Hasil kajian menunjukkan bahawa kebanyakan responden mendapat maklumat paling banyak tentang GST daripada media terutamanya iklan di televisyen dan internet.

Berikutan daripada pelaksanaan GST, kebanyakan anggota masyarakat daripada pelbagai lapisan berpendapat bahawa sistem percukaian ini memberi pengaruh negatif kepada perbelanjaan harian mereka. Mereka mengandaikan

bahawa bagi setiap pembelian barangan ataupun perkhidmatan, mereka perlu berbelanja lebih disebabkan GST berbanding dengan sistem percukaian SST sebelum ini yang tidak begitu ketara kadar bayaran cukai yang dikenakan. Hal ini juga membuatkan ramai golongan masyarakat merasai bahawa GST sangat membebankan, terutamanya bagi golongan pengguna berpendapatan rendah dan para pelajar.

Maka, apabila diajukan persoalan responden sama ada pihak kerajaan perlu melaksanakan sistem percukaian GST, majoriti mereka berpendapat bahawa sistem percukaian ini adalah tidak perlu untuk dilaksanakan kerana amat membebankan rakyat. Akibat daripada kekeliruan dan kekurangan kefahaman ini maka, kebanyakan responden turut tidak menyokong pelaksanaan GST. Malah, mereka juga berpendapat bahawa sistem percukaian yang dilaksanakan sebelumnya adalah lebih baik berbanding dengan sistem percukaian GST yang dilaksanakan ini.

Merujuk kepada peranan media dalam mempengaruhi dan melihat keberkesanannya dalam menyampaikan maklumat, media elektronik, iaitu televisyen merupakan satu alat yang sangat signifikan untuk digunakan dalam menyebarkan maklumat. Hal ini demikian kerana kebanyakan responden berpendapat televisyen adalah medium untuk mereka mendapatkan pelbagai maklumat berbanding dengan media lain.

Strategi kerajaan menggunakan media massa sebagai pelantar untuk menyebarkan maklumat tentang GST adalah berbaloi dan berkesan kerana ramai pengguna daripada pelbagai kategori melihat iklan atau maklumat tentang GST melaluinya setiap masa. Penggunaan pelbagai media dan kaedah komunikasi secara kreatif adalah perlu untuk membantu kerajaan menyampaikan maklumat secara lebih berkesan dan meluas serta memiliki resapan lebih mendalam. Situasi ini menghasilkan ramai responden yang akan mengatakan bahawa mereka boleh memahami mesej tentang GST yang disampaikan melalui media walaupun memerlukan mereka menonton iklan GST secara berkali-kali ataupun melihat iklan GST melalui sebaran am yang lain.

Bagaimanapun, setakat ini penemuan tinjauan sambutan GST di Sabah mendapati bahawa usaha kerajaan dalam menggunakan pelbagai media sebagai saluran untuk menyebarkan maklumat berkenaan pelaksanaan GST nampaknya tidak begitu menggalakkan khasnya dalam kalangan responden kakitangan kerajaan. Lebih ramai responden yang merasakan bahawa maklumat yang disampaikan tentang GST adalah tidak menggalakkan penerimaan dan kefahamannya di kalangan masyarakat atau pengguna di Sabah.

Di samping itu, kerajaan dengan menggunakan ikon ataupun selebriti bagi tujuan untuk mempengaruhi masyarakat sama sekali tidak memberi kesan kepada mereka untuk menerima mesej yang disampaikan berkenaan GST. Kegagalan ini mungkin disebabkan ikon yang dipilih tidak sesuai, terutamanya dalam kalangan pengguna di Sabah.

Dari segi pelaksanaan kempen GST, dapat dirumuskan bahawa sebilangan besar responden sedar akan kempen-kempen yang dijalankan tentang GST. Namun begitu, mereka masih berasa kurang atau tidak pasti sama ada kempen-kempen tersebut dapat membantu mereka memperoleh maklumat yang tepat dan jelas berkenaan GST.

Apabila ditanyakan pendapat tentang pelaksanaan kempen sama ada ia mampu mempengaruhi penerimaan pelbagai golongan masyarakat, kebanyakan responden menyuarakan bahawa ia hanya bersifat sederhana. Kenyataan ini membuktikan walaupun kempen tentang GST sudah pun dilaksanakan, ia bukanlah pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi masyarakat menerima pelaksanaan sistem percukaian ini.

Pelaksanaan kempen ini juga berada pada tahap yang sederhana walaupun dijalankan secara menyeluruh kepada masyarakat. Apabila diajukan pula pertanyaan tentang pelaksanaan kempen ini sama ada ia berjaya mencapai matlamatnya ataupun tidak, majoriti responden menyatakan bahawa pelaksanaan kempen-kempen tertentu berkenaan GST adalah tidak berjaya.

Merujuk kepada usaha pihak kerajaan dalam pelaksanaan sistem percukaian GST ini, ramai yang menyatakan bahawa pihak kerajaan memberi maklumat yang tidak cukup berkenaan pelaksanaannya. Oleh kerana perkara

ini melibatkan soal wang, ramai golongan masyarakat yang semestinya ingin mengetahui sesuatu maklumat itu dengan lebih terperinci untuk lebih memahami dan cuba menerimanya.

Sejak sistem percukaian GST dilaksanakan, terdapat sebilangan pihak terutamanya peniaga yang cuba mengambil kesempatan. Ada yang cuba untuk menaikkan harga barangan secara mendadak dan menyatakan ia berlaku akibat pelaksanaan GST. Dalam membanteras isu ini, sememangnya ramai yang menyuarakan pendapat bahawa peranan pihak kerajaan dalam membanteras peniaga yang mengambil kesempatan dalam pelaksanaan harga selepas GST adalah sama sekali tidak berkesan. Sebaliknya, ramai kakitangan kerajaan yang menjadi responden sendiri tidak puas hati dengannya dan menyatakan kempen penerangan GST telah gagal.

Rumusan dan Saranan Meningkatkan Sambutan GST

Sebagai rumusan, sambutan pelaksanaan sistem percukaian dalam kalangan pengguna di Sabah adalah rendah. Malah, ramai yang masih beranggapan bahawa ia cukup membebankan mereka. Bagaimanapun, ada juga responden tinjauan ini daripada semua kategori khalayak merasakan bahawa sistem percukaian GST ini mampu mengubah pemikiran masyarakat supaya menjadi pengguna yang lebih bijak dan berhemah semasa berbelanja dan menggunakan perkhidmatan. Pelaksanaan sistem percukaian GST mampu merangsang pengguna supaya lebih bijak berbelanja serta menjadi pengguna bestari.

Namun begitu, apa yang jelas ialah keperluan meningkat dan melestarikan kempen penerangan GST, sama ada melalui saluran sebaran am mahupun komunikasi bersemuka supaya pengguna di mana sahaja di Malaysia mendapat manfaat yang lebih, terutamanya bagi pengguna di luar bandar dan berpendapatan rendah mahupun sederhana.

Turut disarankan ialah pendidikan pengguna harus memasukkan elemen ilmu percukaian termasuk GST seberapa kerap yang wajar dan kesannya sentiasa dikaji supaya ia kos-efektif.

Lebih baik lagi ialah pendidikan pengguna diperkenalkan di peringkat tadika, sekolah rendah, sekolah menengah dan di institut pengajian tinggi. Penerbit akhbar dan majalah turut dipohon untuk mengadakan ruang atau program yang berunsur pendidikan pengguna yang juga mengandungi bahan tentang GST.

Seterusnya, hasil kajian yang dapat dinyatakan iaitu tentang kedudukan kerajaan sebagai pentadbir dan pemerintah negara, ramai responden menyatakan bahawa selepas pelaksanaan GST ini berlaku, berkemungkinan besar peluang pihak pembangkang untuk mendapatkan sokongan daripada masyarakat akan meningkat. Perkara ini adalah tidak mustahil dan mereka berpeluang mengembangkan lagi pengaruh dengan mendapatkan sokongan dalam kalangan masyarakat.

Kesimpulan

Pelaksanaan GST sememangnya membawa banyak kebaikan kepada ekonomi negara. Walaupun begitu secara keseluruhannya, dapat dilihat bahawa pelaksanaan sistem percukaian baharu ini, iaitu GST kurang mendapat penerimaan daripada pengguna. Mereka merasakan yang pelaksanaannya membebankan rakyat. Mungkin golongan yang berpendapatan tinggi kurang mengambil kisah hal sebegini, namun perubahan yang drastik ini sangat dirasakan oleh mereka yang berpendapatan rendah apalagi mereka yang tidak mempunyai pekerjaan.

Masih ramai yang tidak tahu atau kurang memahami kaedah pelaksanaan GST walaupun kerajaan sudah melakukan pelbagai usaha untuk menerap dan menggalakkan masyarakat untuk menerimanya. Selain itu, dapat dilihat bahawa penggunaan media sama ada media cetak atau elektronik dan juga pelaksanaan kempen banyak membantu dalam menyebarkan perkara ini. Namun, kaedah ini didapati masih kurang berkesan. Masih terdapat ramai masyarakat yang belum dapat menerima pelaksanaannya. Justeru, kerajaan harus mempelbagaikan kaedah ataupun cara penyampaian maklumat agar golongan masyarakat akan cuba untuk menerimanya walaupun memerlukan jangka masa yang agak lama.

Selain itu, kerajaan juga perlu menyeimbangkan kadar cukai yang dikenakan kerana kesemua penduduk tidak mempunyai punca pendapatan yang sama. Ada dalam kalangan mereka yang berpendapatan rendah dan ada pula isi rumah yang mempunyai tanggungan ramai. Kerajaan juga perlu memikirkan kesan daripada pelbagai aspek, termasuk dari sudut negatif kerana pelaksanaan GST akan memberi impak yang sangat besar kepada sistem pentadbiran kerajaan itu sendiri.

Dapatan kajian ini menampakkan bahawa sisi negatif ataupun persepsi masyarakat yang nampaknya kurang menerima akan pelaksanaan GST adalah lebih tinggi berbanding dengan penerimaan yang bersifat positif. Oleh hal yang demikian, timbangtara daripada pihak kerajaan adalah amat penting, terutamanya aspek yang melibatkan isu kebajikan masyarakat setempat.

Juga, ada juga responden terdiri daripada pegawai kerajaan yang mahukan para pemimpin negara untuk menjadi teladan yang baik sebagai pengguna seperti mengamalkan gaya hidup sederhana. Malah, ada para pegawai kerajaan yang terlibat dalam kempen penerangan GST yang menyatakan disebabkan pihak pemimpin atasan menonjolkan gaya hidup mewah, maka usaha mereka untuk menyatakan bahawa sistem percukaian GST adalah baik untuk semua dan bukan untuk menampung gaya hidup melampau segelintir pemimpin atasan menjadi sukar.

Rujukan

- Budget 2014 announced, 6% GST from April 1, 2015 *The Malaysian Insider* pic, 25 Oktober 2013.
- Creating awareness on GST is needed, says NGOs, by Azreen Hani. *The Malay Mail*, 15 Mac 2010.
- DPM: GST will boost the economy | *Free Malaysia Today*. freemalaysiatoday.com. Dilayari pada 11 Januari 2015.
- Essential items, services to be exempted from Malaysia's GST - SE Asia - *The Straits Times*. 11 Januari 2015.
- Finance minister: No second reading of GST Bill for now." *Malaysian Insider*. 14 Mac 2010.

- Government defends GST delay, scoffs at PR's victory claims." *Malaysian Insider*. 15 Mac 2010.
- Govt may impose GST at 4%: Husni." *Sin Chew*. 26 November 2009.
- GST Implementation Is To Place Malaysia At Par With Developed Countries, Says Ahmad Husni. *Bernama*. 19 Februari 2010.
- GST May Bring Down Other Forms Of Taxation, Says MIER." *Bernama*. 11 Februari 2010.
- Malaysia to introduce GST at 6% from April 2015 - SE Asia - *The Straits Times*". straitstimes.com. Dilayari pada 11 Januari 2015.
- Malaysia Budget 2015: GST, tax breaks and higher payouts among highlights, *AsiaOne Malaysia News*. news.asiaone.com. Dilayari pada 11 Januari 2015.
- Parliament: GST Bill tabled for first reading (Update)." *TheStar Online*. 16 Disember 2009.
- Pakatan flays government over GST delay." *Malaysian Insider*. 15 Mac 2010.
- Pakatan MPs give budget thumbs down, say it's nothing new | *Free Malaysia Today*". freemalysiatoday.com.
- Why Malaysia needs GST, *Malaysia*, 30 September 2014.
- www.customs.gov.my