

Waspada 'jerat' pakej ibadah, melancong

Eksklusif

Pelanggan rugi RM28j tawaran 'pelancongan'

Oleh Mohd Azis Ngah
azis@bh.com.my

Kuala Lumpur: Pakej percutian murah, menarik serta luar biasa sering menjadi umpan agensi pelancongan atau individu bagi menarik minat pelanggan yang berpotensi bereuti memilih pakej ditawarkan setiap kali tiba cuti penggal persekolahan pada hujung tahun.

Selain promosi menerusi risalah, gambar-gambar menarik lokasi dan destinasi dalam dan luar negara, menjadi hiasan sesawang atau laman sosial yang digunakan bagi menawarkan pakej percutian itu, demi menarik perhatian orang ramai yang cenderung mencari tawaran dalam talian yang sesuai dengan bajet masing-masing.

Namun, dalam keghairahan membeli pakej percutian itu, orang ramai kini perlu lebih berwaspada berikutan peningkatan berterusan kes penipuan didalangi individu yang sememangnya penipu dan agensi yang menawarkan pakej meragukan.

Mereka menawarkan pakej sama seperti biasa ditawarkan

syarikat pelancongan sah, tetapi pada harga yang jauh lebih murah, bahkan ada yang sanggup memberikan potongan harga hampir 50 peratus semata-mata mahu mendapatkan pelanggan.

Namun, semua itu adalah perangkap untuk menipu pembeli, sebelum individu atau agensi terbabit menghilangkan diri selepas menerima bayaran.

Bahkan, ada di antara syarikat terbabit dilaporkan sudah terbabit dalam 10 kes penipuan, tetapi masih meneruskan modus operandi sama dalam talian.

Berdasarkan aduan diterima Pusat Khidmat Aduan Pengguna Nasional (NCCC), kes penipuan pakej pelancongan meningkat dalam tempoh tiga tahun kebelakangan ini dengan kebanyakan pakej ditawarkan menerusi media sosial.

Pada 2016, NCCC menerima 3,458 aduan membabitkan pakej pelancongan serta percutian, dan jumlah itu meningkat kepada 3,590 kes pada 2017 dan 4,411 pada tahun lalu.

Pengurus Kanan Undang-Undang dan Dasar NCCC, Shabana Naseer Ahmad, berkata nilai kerugian juga meningkat mendadak, daripada RM6 juta pada 2017 kepada RM28 juta pada tahun lalu.

"Statistik pada tahun ini masih belum lengkap, tetapi berdasarkan aliran semasa, kami yakin jumlah itu akan semakin meningkat dan cukup membimbangkan.

"Pengguna masa kini cukup mudah tertarik dengan tawaran iklan yang memaparkan pakej luar biasa, walaupun harganya yang ditawarkan itu sebenarnya langsung tidak logik," katanya.

Shabana yang juga Penasihat Undang-Undang Gabungan Persatuan-Persatuan Pengguna Malaysia (FOMCA), menegaskan kebanyakan mangsa yang ditipu mengalami kerugian minimum di antara RM8,000 hingga RM10,000 seorang.

B e - l i a u
memberikan

contoh, satu keluarga di Kedah ditipu agensi yang kononnya menawarkan pakej percutian ke Turki, dengan harga tawaran 50 peratus lebih rendah berbanding agensi lain.

"Mereka hanya berurusan melalui aplikasi WhatsApp dan e-mel. Langsung tidak pernah bertemu atau berhubung melalui panggilan telefon.

"Mangsa diberikan 'tiket' melalui e-mel selepas membuat bayaran. Sebaik saja membuat bayaran, agensi itu hanya menghantar salinan tiket penerbangan melalui e-mel dan terus gagal dihubungi," katanya.

Malangnya, apabila keluarga terbabit mahu mendaftar masuk di Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur (KLIA) pada hari yang ditetapkan, petugas di kaunter mengesahkan tiket ditunjukkan mereka adalah palsu.

Akibat ditipu, mangsa kerugian lebih RM45,000 dan lebih memaranjatkan, ketika berada di KLIA, ada beberapa kumpulan lain yang turut ditipu, dipercayai membabitkan agensi sama yang menawarkan percutian ke Eropah.

Kes lain yang pernah diterima NCCC membabitkan satu keluarga yang membeli pakej pelancongan ke Disneyland, Hong Kong, juga menggunakan taktik yang sama.

Shabana berkata, pelanggan sepatutnya menyemak latar belakang syarikat atau agensi sebelum membeli sesuatu pakej percutian, melalui pelbagai saluran yang disediakan.

Paling mudah, katanya mereka boleh mendapatkan maklumat sama ada syarikat itu berdaftar atau tidak dalam laman sesawang rasmi Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya dan juga Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM).

"Jangan sesekali membeli pakej dengan syarikat yang lesennya sudah tamat tempoh. Setiap pakej yang ditawarkan melalui poster mesti mempunyai maklumat lengkap syarikat.

"Paling penting, jangan beru-



rusan dengan syarikat tidak berdaftar, lesen tamat tempoh atau hanya berhubung melalui media sosial," tegasnya.

Shabana turut mengingatkan pengguna supaya jangan terlalu mempercayai sepenuhnya maklum balas pengguna lain yang dipaparkan melalui ruangan komen pakej percutian yang ditawarkan di FB atau media sosial lain.

"Saya pernah menerima aduan individu yang mendakwa tidak menerima bayaran daripada sebuah syarikat selepas meletakkan komen.

"Individu itu sebenarnya dibayar memberikan komen positif itu, bertujuan menarik minat pelanggan lain, sedangkan syarikat terbabit sebenarnya bermasalah," katanya.

“Pengguna masa kini cukup mudah tertarik dengan tawaran iklan yang memaparkan pakej luar biasa, walaupun harganya yang ditawarkan itu sebenarnya langsung tidak logik.

Shabana Naseer Ahmad, Pengurus Kanan Undang-Undang dan Dasar NCCC

