

Ramai terpedaya taktik tak masuk akal peniaga 'online'



Foziah Taib
 foziahtab@bh.com.my

Iklan sekarang melampau, menggarut. Itu rungutan seorang kawan apabila ada produk menguruskan badan dalam media sosial didakwa boleh susutkan 10 kilogram (kg) dalam masa dua minggu sahaja.

Ada pula pengusaha mendakwa produk kecantikan dijual 'boleh menjelmakan wajah 20-an bagi mereka berusia 50-an'. Ramai pula yang membelinya, mungkin percaya kerana mahu mencuba atau mereka terpedaya.

Sekarang, segala maklumat boleh dicapai melalui kuasa sentuhan hujung jari ke skrin komputer atau telefon. Ramai pengguna mahupun pengusaha memanfaatkan untuk jual beli baik makanan, pakaian, produk kesihatan, produk kecantikan dan pelbagai urusan perniagaan lagi.

Pengusaha sudah tentu menyasarkan keuntungan, bagaimana

pula dengan pengguna? Pengguna kini mudah mencari jalan penyelesaian masalah kesihatan atau kecantikan kerana lambakan produk di pasaran dan boleh didapati dengan semudah satu klik.

Hanya layari Facebook atau Instagram, anda pasti akan terjumpa produk dicari. Sebut saja produk apa, memutih, melangsingkan, ubat darah tinggi, kencing manis, semuanya ada. Mutakhir ini, pembelian produk dan perkhidmatan dalam talian menjadi pilihan berikutan cara ini dilihat lebih mudah, selain menjimatkan masa pengguna yang tidak perlu keluar membeli-belah.

Apa yang menjadi persoalan ialah barangan jualan dalam talian di media sosial diiklan tanpa tanda harga. Pengusaha tidak mendedahkan maklumat terperinci. Apabila diminta penjelasan, mereka akan suruh 'pm tepi' *personal message*.

Biarpun amaran diberikan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) supaya peniaga mematuhi peraturan dengan menyedikan maklumat penting pada

setiap produk diiklankan, masih ada yang berdegil.

Pengguna perlu waspada strategi 'pm tepi' ini. Percaya atau tidak jika saya katakan harga produk sama ditawarkan berbeza oleh penjual berlainan? Itu pengalaman apabila saya 'pm' harga produk sama kepada tiga 'usahawan maya' ini.

Paling mengejutkan majoriti harga produk kesihatan diiklankan adalah ratusan ringgit. Walaupun kata mereka, harga promosi (strategi pikat pelanggan), ia tetap berharga melebihi RM100

sedangkan keberkesanan dan kesesuaian produk dengan pembeli belum terjamin.

Pengguna perlu lebih waspada dengan tawaran menarik untuk memikat pelanggan. Boleh dikatakan kebanyakan produk kesihatan dijual tiada yang berharga RM100 ke bawah. Siapa yang mengawal harga produk dalam talian?

Ada juga pengusaha mengamalkan konsep ambil dulu, bayar kemudian. Membeli produk dalam talian mudah, tetapi adakah pengguna peka dan tahu maklumat terperinci produk digunakan? Maklum balas positif pengguna lain dan kata-kata manis penjual mungkin dapat meyakinkan anda, tetapi pengguna perlu sedar risiko yang mungkin boleh meragut nyawa.

Jangan mudah terpedaya kerana mungkin produk dibeli mengandungi bahan beracun yang boleh mencetuskan masalah kesihatan untuk jangka masa panjang. Produk dijual di internet terutama produk rawatan kecantikan dan kesihatan wajar diragui kerana keselamatan, kualiti dan keberkesannya kepada pengguna tidak dapat dipastikan.

Selain itu, ada risiko pembelian produk palsu yang boleh menyebabkan kematian. Kesan sampingan yang tidak dijangka boleh berlaku seperti alahan teruk, sesak nafas secara tiba-tiba atau sesuatu keadaan yang memburukkan lagi penyakit dinidai.

Berbalik kepada strategi 'pm' maklumat diri sebelum pembelian barang, pengguna perlu waspada agar tidak terdedah keborcoran maklumat. Ia bagi mengelak data peribadi disalah guna untuk penipuan. Oleh itu, wajar pihak KPDNHEP atau agensi berkaitan membuat pemantauan lebih teliti terhadap produk jualan dalam talian dan harga barangan ditawarkan.

Ini bagi mengelak penjual sukai hati meletakkan harga untuk mengaut keuntungan lumayan sedangkan pengguna terdedah pelbagai risiko. Pengguna juga perlu ada kesedaran untuk lebih waspada dengan produk ditawarkan supaya jangan sesal dahulu mendapatkan, sesal kemudian tiada guna.

Penulis adalah Penolong Ketua Penyunting Berita Harian

Jangan mudah terpedaya kerana mungkin produk dibeli mengandungi bahan beracun yang boleh mencetuskan masalah kesihatan untuk jangka masa panjang.

Khamis, 29 Ogos 2019 | 11:00am



- Gambar hiasan

Ramai terpedaya taktik tak masuk akal peniaga 'online'

Oleh Foziah Taib
foziahtaib@bh.com.my

Iklan sekarang melampau, mengarut. Itu rungutan seorang kawan apabila ada produk menguruskan badan dalam media sosial didakwa boleh susutkan 10 kilogram (kg) dalam masa dua minggu sahaja.

Ada pula pengusaha mendakwa produk kecantikan dijual 'boleh menjelmakan wajah 20-an bagi mereka berusia 50-an'. Ramai pula yang membelinya, mungkin percaya kerana mahu mencuba atau mereka terpedaya.

Sekarang, segala maklumat boleh dicapai melalui kuasa sentuhan hujung jari ke skrin komputer atau telefon. Ramai pengguna mahupun pengusaha memanfaatkannya untuk jual beli baik makanan, pakaian, produk kesihatan, produk kecantikan dan pelbagai urusan perniagaan lagi.

Pengusaha sudah tentu menyasarkan keuntungan, bagaimana pula dengan pengguna? Pengguna kini mudah mencari jalan penyelesaian masalah kesihatan atau kecantikan kerana lambakan produk di pasaran dan boleh didapati dengan semudah satu klik.

Hanya layari Facebook atau Instagram, anda pasti akan terjumpa produk dicari. Sebut saja produk apa, memutih, melangsingkan, ubat darah tinggi, kencing manis, semuanya ada. Mutakhir ini, pembelian produk dan perkhidmatan dalam talian menjadi pilihan berikutan cara ini dilihat lebih mudah, selain menjimatkan masa pengguna yang tidak perlu keluar membeli-belah.

1
Apa yang menjadi persoalan ialah barangan jualan dalam talian di media sosial diiklan tanpa tanda harga. Pengusaha tidak mendedahkan maklumat terperinci. Apabila diminta penjelasan, mereka akan suruh 'pm tepi' - *personal message*.

Biarpun amaran diberikan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) supaya peniaga mematuhi peraturan dengan menyediakan maklumat penting pada setiap produk diiklankan, masih ada yang berdegil.

Pengguna perlu waspada strategi 'pm tepi' ini. Percaya atau tidak jika saya katakan harga produk sama ditawarkan berbeza oleh penjual berlainan? Itu pengalaman apabila saya 'pm' harga produk sama kepada tiga 'usahawan maya' ini.

Paling mengejutkan majoriti harga produk kesihatan diiklankan adalah ratusan ringgit. Walaupun kata mereka, harga promosi (strategi pikat pelanggan), ia tetap berharga melebihi RM100 sedangkan keberkesanan dan kesesuaian produk dengan pembeli belum terjamin.

Pengguna perlu lebih waspada dengan tawaran menarik untuk memikat pelanggan. Boleh dikatakan kebanyakan produk kesihatan dijual tiada yang berharga RM100 ke bawah. Siapa yang mengawal harga produk dalam talian?

Ada juga pengusaha mengamalkan konsep ambil dulu, bayar kemudian. Membeli produk dalam talian mudah, tetapi adakah pengguna peka dan tahu maklumat terperinci produk digunakan? Maklum balas positif pengguna lain dan kata-kata manis penjual mungkin dapat meyakinkan anda, tetapi pengguna perlu sedar risiko yang mungkin boleh meragut nyawa.

Jangan mudah terpedaya kerana mungkin produk dibeli mengandungi bahan beracun yang boleh mencetuskan masalah kesihatan untuk jangka masa panjang. Produk dijual di internet terutama produk rawatan kecantikan dan kesihatan wajar diragui kerana keselamatan, kualiti dan keberkesanan kepada pengguna tidak dapat dipastikan.

Selain itu, ada risiko pembelian produk palsu yang boleh menyebabkan kematian. Kesan sampingan yang tidak dijangka boleh berlaku seperti alahan teruk, sesak nafas secara tiba-tiba atau sesuatu keadaan yang memburukkan lagi penyakit dihadapi.

Berbalik kepada strategi 'pm' maklumat diri sebelum pembelian barang, pengguna perlu waspada agar tidak terdedah kebocoran maklumat. Ia bagi mengelak data peribadi disalah guna untuk penipuan. Oleh itu, wajar pihak KPDNHEP atau agensi berkaitan membuat pemantauan lebih teliti terhadap produk jualan dalam talian dan harga barangan ditawarkan.

Ini bagi mengelak penjual sesuka hati meletakkan harga untuk mengaut keuntungan lumayan sedangkan pengguna terdedah pelbagai risiko. Pengguna juga perlu ada kesedaran untuk lebih waspada dengan produk ditawarkan supaya jangan sesal dahulu pendapatan, sesal kemudian tiada guna.

Penulis adalah Penolong Ketua Penyunting Berita Harian